

UNIVERSIDAD AMERICANA



**SEMINARIO DESARROLLO
EMPREENDEDORES**

APARECO

APARTAMENTOS ECOLOGICOS

**GABRIELA MARIA ARANA HANON
GRETHEL MARIA CHAMORRO AGUILAR
WALTER KEVIN LACAYO ALEMAN
LUIS ALFREDO LUNA GARAY
KATHERYN RIVERA CORDONCILLO**

**MANAGUA, NICARAGUA
JULIO 2012.**

INDICE

I. RESUMEN EJECUTIVO	5
II. NATURALEZA DEL PROYECTO	12
<i>LLUVIA DE IDEAS PARA DETERMINAR EL PRODUCTO/SERVICIO DE LA FUTURA EMPRESA</i>	13
<i>MATRIZ DE SELECCIÓN DE IDEAS</i>	13
<i>DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO</i>	14
<i>MATRIZ DE SELECCIÓN DEL NOMBRE DE LA EMPRESA</i>	15
<i>MISIÓN</i>	16
<i>VISIÓN</i>	16
<i>VALORES</i>	16
<i>OBJETIVOS DE LA EMPRESA</i>	16
<i>VENTAJA COMPETITIVA</i>	17
<i>DISTINGOS COMPETITIVOS</i>	17
<i>ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA</i>	18
<i>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO</i>	20
<i>CALIFICACIONES PARA ENTRAR EN EL ÁREA</i>	20
<i>APOYOS BÁSICOS PARA LA EMPRESA</i>	21
<i>ANÁLISIS FODA</i>	21
III. ESTUDIO DE MERCADO	22
<i>OBJETIVOS DE MERCADO</i>	23
<i>TAMAÑO DEL MERCADO</i>	23
<i>DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE META</i>	24
<i>NECESIDADES Y MOTIVACIONES</i>	24
<i>EXPECTATIVAS DEL CLIENTE HACIA EL SERVICIO</i>	24
<i>TIPOS DE FUENTES DE INFORMACIÓN</i>	25
<i>TAMAÑO DE LA MUESTRA</i>	25
<i>ENCUESTA</i>	27
<i>RESULTADOS OBTENIDOS</i>	29
<i>CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO</i>	59
<i>CONSUMO APARENTE</i>	60
<i>DEMANDA POTENCIAL</i>	60
<i>PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA</i>	60
<i>DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA</i>	61
<i>ESTRATEGIAS DE MERCADO</i>	62
<i>ESTRATEGIA DE PRODUCTOS</i>	62
<i>ESTRETEGIAS PRECIOS BAJOS</i>	62

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	63
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	63
PROMOCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO	63
PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	67
RIESGOS Y OPORTUNIDADES	67
SISTEMA Y PLAN DE VENTAS	69
 IV. PRODUCCIÓN	 70
 OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN	 71
ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO/SERVICIO	71
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	73
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO	77
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO	78
CONSTRUCCIÓN DEL APARTAMENTO (POR PARTE DE LA EMPRESA A CONSTRATAR)	80
DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO	83
MATERIA PRIMA	85
IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES	88
CAPACIDAD INSTALADA	90
LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	91
DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS	92
PLANO DE CONJUNTO (DISTRIBUCIÓN DE LOS LOTES EN EL TERRENO)	94
MANO DE OBRA REQUERIDA	95
PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINUA	96
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	97
 V. ORGANIZACIÓN	 99
 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	 100
PROCESOS OPERATIVOS	101
PERFIL Y DESCRIPTOR DE PUESTOS	102
 I.- REQUERIMIENTOS DEL PUESTO DE TRABAJO	 103
 II.- ASPECTOS ORGANIZATIVOS	 104
 III. FORMACIÓN	 104
IV.- EXPERIENCIA REQUERIDA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	105
V.- RESPONSABILIDAD	106
VI.- REQUERIMIENTOS DEL ENTORNO SOCIAL DEL PUESTO Y OTROS FACTORES	108

VII.- ASPECTOS EJECUTIVOS	109
VIII.- COMPETENCIAS CONDUCTUALES	110
IX.- PERFIL MOTIVACIONAL REQUERIDO POR EL PUESTO	110
X.- RESUMEN DE CONCLUSIONES SOBRE EL PERFIL DEL CANDIDATO IDÓNEO	111
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	112
RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	113
SELECCIÓN DE PERSONAL	114
CONTRATACIÓN DE PERSONAL	115
PROCESO DE INDUCCIÓN	117
DESARROLLO DEL PERSONAL	118
ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	119
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	120
RELACIONES DE TRABAJO	120
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	123
PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA	124
CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA	125
 <u>VI. CONTABILIDAD Y FINANZAS</u>	 <u>126</u>
 OBJETIVOS DEL AREA DE FINANZAS	 127
➤ ESTABLECER UN SISTEMA DE PLANEACIÓN FINANCIERA Y LLEVAR UN CONTROL DETALLADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS Y CUENTAS PARA UNA MEJOR EVALUACIÓN ECONÓMICA DENTRO DE LA EMPRESA. CON EL FIN QUE NOS PERMITA CONOCER DE MANERA EFICAZ NUESTRO ESTADO ANTE UNA CRISIS ECONÓMICA, EQUILIBRAR LAS ENTRADAS Y SALIDAS DE CAPITAL ASÍ COMO BUSCAR ALTERNATIVAS QUE PERMITAN AHORRAR COSTOS Y GASTOS PARA AUMENTAR LAS EXPECTATIVAS DE RENDIMIENTO.	127
● CONTABILIDAD DE LA EMPRESA.	127
 <u>VII. ANEXOS</u>	 <u>140</u>

I. RESUMEN EJECUTIVO

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Somos una empresa de alquiler de apartamentos cuyo principal material son desechos inorgánicos, primordialmente botellas de plástico. Este tipo de proyectos aún no se ha hecho en Nicaragua, pero en Honduras por ejemplo, ha tenido mucha aceptación por parte de la población debido a que está revolucionando la forma de emplear la “basura”, y de esta forma contribuye con el medio ambiente.

Las botellas plásticas se rellenan de cualquier otro material (tierra, piedras, escombros, basura, vidrio) para darle soporte a la casa, es decir, que estos se están convirtiendo en los productos sustitutos del ladrillo o bloques.

Además de su solidez, las viviendas son estéticamente atractivas, cumplen con las necesidades estructurales y funcionales de cualquier vivienda, y son construcciones bioclimáticas, es decir que conservan la temperatura, ya sea frío o caliente.

El servicio de alquiler que presta APARECO a sus clientes incluye los siguientes servicios adicionales:

- Servicios básicos (agua, luz, cable),
- Vigilancia,
- Wi - Fi,
- Parqueo,
- Lavandería,

VENTAJA COMPETITIVA

1. Nosotros, los dueños de la empresa, estaremos en contacto directo con nuestro segmento de clientes potenciales a fin de dar una respuesta pronta y óptima a sus necesidades.
2. El alquiler de los apartamentos es más accesible que el resto debido al bajo costo de construcción de las mismas.
3. Se reducen los desechos inorgánicos en las calles, cauces, etc. evitando el impacto ambiental negativo de la basura en nuestro país.
4. Crear conciencia socioambiental sobre la importancia de reciclar desechos y reutilizarlos de manera novedosa para el goce de los seres humanos.

5. La construcción de un condominio ecológico, ya que éste servicio aún no se ha implementado en nuestro país.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La materia prima de los apartamentos son botellas plásticas, lo que conlleva a un impacto positivo en los costos de construcción de las instalaciones, ya que se emplea menos cantidad de cemento, varillas, madera, etc. permitiendo así, que el valor de los departamentos al público, sea de menor costo que los construidos convencionalmente.

Po otro lado, también tiene un impacto positivo en el medio ambiente. Gracias a que recicla desperdicios encontrados en las calles y los utiliza de forma novedosa, estos se transforman en un nuevo bien, el cual es de nuevo utilizado y gozado por los seres humanos.

Las botellas se rellenan de arena, tierra o escombros para proporcionar solidez a la base de la casa y luego se amarran para dar firmeza a la estructura. Seguidamente, se pegan y sellan con una leve capa de un engrudo elaborado de tierra, cemento y cal, permitiendo que lleve menos cemento y así reducir los costos de construcción.

OBJETIVOS DE MERCADO

Para nuestro proyecto, nos hemos planteado los siguientes objetivos de mercado:

CORTO PLAZO (1 AÑO)

➤ Cubrir en un 3% la demanda de alquiler de los estudiantes universitarios, que equivale a la construcción de 20 apartamentos, los cuales estarán ya construidos y listos para habitarse al inicio del 1° año.

MEDIANO PLAZO (3 años):

➤ Aumentar nuestras ventas en un 3%, lo que significa la construcción de 20 apartamentos más, con los cuales cubriríamos un 6% de la demanda.

LARGO PLAZO (5 años):

➤ Ampliar la construcción del condominio, con 40 nuevos apartamentos, con el objetivo de crecer un 6% en nuestras ventas y así cubrir el 12% de la demanda.

MERCADO META

El mercado meta de Apareco son todos aquellos estudiantes de la Universidad Centroamericana UCA (sobretudo), Universidad Nacional de Ingeniería UNI e Instituto de Estudios Superiores IES, que necesiten un apartamento cómodo, seguro y espacioso para poder vivir durante el período lectivo, y que se encuentre cerca de su universidad, permitiéndoles así el fácil acceso al recinto y menos gastos. El condominio estará ubicado de la rotonda Universitaria 1 cuadra al este, 1 cuadra al norte.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Nuestra principal estrategia de mercadotecnia es “Combinar y Trascender”, la cual consiste en combinar aspectos de una tendencia con atributos de la categoría de productos para producir ofertas radicales que trasciendan dicha categoría.

Si bien es cierto que nuestro giro de negocio es bienes raíces, los apartamentos que alquilaremos no serán contruidos con los materiales tradicionales. Nuestra principal característica a resaltar mediante las herramientas de marketing más eficaces será que ofrecemos apartamentos ecológicos a bajos precios de alquiler, que a pesar de no ser lujosos, logran satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindándoles confort.

Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas serán clasificadas dentro de las 4P de la mezcla de marketing: Producto, Plaza (distribución), Precio, y Promoción (comunicación); pero todas están basadas en COMBINAR Y TRASCENDER.

ESTRATEGIA DE PRODUCTOS

- Destacar las características y atributos que nos diferencian de nuestros competidores y capten las tendencias del mercado, e incluir servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del producto/servicio.

ESTRETEGIAS PRECIOS BAJOS

- Lanzar al mercado un nuevo producto/servicio con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, y podamos tener una ventaja sobre los competidores y así ganarles mercado.

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- Dar a conocer e informar las ventajas diferenciales de nuestro producto/servicio a los consumidores, mediante nuestra participación en ferias en las universidades y colegios, publicidad impresa y electrónica, etc.; y de esta manera persuadirlos e inducir su compra o adquisición del mismo.
- También, la campaña publicitaria será acompañada con promociones de descuentos para los estudiantes.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Implementaremos una estrategia de distribución exclusiva, es decir, que nuestro único punto de venta será dentro del condominio.

SISTEMA Y PLAN DE VENTAS

APARECO se dedica al alquiler de apartamentos (en condominio) cuyo mercado meta son los estudiantes universitarios de los departamentos que realizan sus estudios en la Universidad Centroamericana e Instituto de Estudios Superiores.

Nuestro producto/servicio lo brindaremos al consumidor final ofreciéndoles eficiencia y calidad en nuestro trabajo. Una vez que nuestro mercado tenga conocimiento de nuestro método de construcción y logremos la aceptación d éstos, el mismo cliente solicitaría nuestros servicios visitándonos en nuestras oficinas o llamándonos, o bien en nuestra página de Facebook y Twitter; y nosotros con gusto les brindaríamos la información que soliciten acerca del condominio.

Se invertirá en publicidad para darnos a conocer y poco a poco irnos posicionando en la mente del consumidor, logrando desplazar a nuestros competidores. A largo plazo, cuando nuestros

ingresos sean mayores, invertiremos más en publicidad para recordarles a los clientes de nuestros servicios.

OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

Objetivos a Corto Plazo:

- Construir 20 apartamentos en un periodo de un año. En el primer semestre se van a construir 10 apartamentos paralelamente, para los cuales se necesitaran la capacitación previa del personal que va a construir. Los otros 10 apartamentos se construían en el mismo lapso de tiempo, es decir en el semestre siguiente.

Objetivo a Mediano Plazo:

- Ampliar el condominio con 20 apartamentos adicionales, para tener un total de 40 apartamentos.

Objetivo a Largo Plazo:

- Empezar la construcción de otro condominio de 40 apartamentos, para tener dos condominios con 40 apartamentos respectivamente.

ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO/SERVICIO

APARECO es una empresa que se dedica al alquiler de apartamentos en forma de condominio, contruidos con botellas plásticas principalmente. El proyecto surge de la necesidad de los estudiantes universitarios provenientes de los distintos departamentos que residen en Managua, de tener un espacio propio que alquilen a bajo costo y que satisfaga sus necesidades mientras realizan sus estudios.

Una botella de plástico puede durar entre tres y cinco siglos antes de biodegradarse, y para aprovechar la espera, se le ha encontrado una nueva función: la de material durable, estable y resistente en la construcción de viviendas.

Nuestra propuesta presenta 2 modelos de apartamentos que cumplen con las características de espacio y comodidad que demandan nuestros clientes, y cumplen de igual manera con los requisitos funcionales de cualquier estructura habitable. El primero consta de 1 dormitorio, 1

baño, cocina, sala – comedor y mide 45 mts²; mientras que las dimensiones del segundo modelo son 55 mts² y tiene 2 dormitorios, 1 baño compartido, cocina, y sala – comedor.

El servicio de alquiler que presta APARECO a sus clientes incluye los siguientes servicios adicionales:

- Servicios básicos.
- Vigilancia.
- Wi-Fi.
- Parqueo.
- Servicio de lavandería.
- Cable

II. NATURALEZA DEL PROYECTO

LLUVIA DE IDEAS PARA DETERMINAR EL PRODUCTO/SERVICIO DE LA FUTURA EMPRESA

1. Cocinas de Lata.
2. Consultoría de Marketing.
3. Productora Musical.
4. Empresa de Publicidad (enfocada en Vallas).
5. Hoteles Temáticos.
6. Zapatera expandible.
7. Casas de Botellas Plásticas
8. Batidos de Frutas.
9. Decoración para eventos.
10. Clínica Veterinaria.

MATRIZ DE SELECCIÓN DE IDEAS

- A: Cocinas de lata.
- B: Veterinaria.
- C: Batidos de Frutas.
- D: Consultoría de Marketing.
- E: Casas de botellas plásticas.

CRITERIOS /IDEAS	A	B	C	D	E
Nivel de Innovación	4	1	1	3	5
Mercado Potencial	3	2	4	2	4
Conocimiento Técnico	3	3	5	3	3
Requerimiento de Capital	4	3	3	2	4
Disponibilidad de Materia	5	3	5	4	5
TOTAL	19	12	18	14	21

Elegimos el proyecto de Casas de Botellas Plásticas porque fue la idea que obtuvo más puntos, seguido de los Batidos de Frutas. Es un proyecto innovador, no requiere de excesivo conocimiento técnico, no requerimos de excesivo capital, pero sobre todo, la materia prima está disponible y a nuestro alcance, y nuestro mercado meta es un amplio y fácil de atraer.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Somos una empresa de alquiler de apartamentos construidos con desechos inorgánicos, primordialmente botellas de plástico. Este tipo de proyectos aún no se ha hecho en Nicaragua, pero en Honduras por ejemplo, ha tenido mucha aceptación por parte de la población debido a que está revolucionando la forma de emplear la “basura”, y de esta forma contribuye con el medio ambiente.

Las botellas plásticas se rellenan de cualquier otro material (tierra, piedras, escombros, basura, vidrio) para darle soporte a la casa, es decir, que estos se están convirtiendo en los productos sustitutos del ladrillo o bloques.

Además de su solidez, las viviendas son estéticamente atractivas, cumplen con las necesidades estructurales y funcionales de cualquier vivienda, y son construcciones bioclimáticas, es decir que conservan la temperatura, ya sea frío o caliente.

El servicio de alquiler que presta APARECO a sus clientes incluye los siguientes servicios adicionales:

- Servicios básicos (agua, luz, cable),
- Vigilancia,
- Wi - Fi,
- Parqueo,
- Lavandería,

MATRIZ DE SELECCIÓN DEL NOMBRE DE LA EMPRESA

- A: EcoPlast
- B: Plasticasa
- C: Apareco
- D: Apartecosa
- E: Eco-Casa

CRITERIOS / NOMBRES	A	B	C	D	E
Descriptivo	2	4	2	2	4
Original	3	3	5	3	1
Atractivo / Agradable	4	2	5	2	4
Significativo	2	3	3	2	4
Pegajoso	5	3	5	2	4
TOTAL	16	15	20	11	17

Consideramos que APARECO es el nombre más adecuado para nuestro proyecto, porque éste describe el giro de nuestra empresa, es significativo, original, además es atractivo y llama la atención. Por lo tanto creemos que éste es más fácil de recordar y de posicionar en la mente de nuestros posibles clientes.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

NOMBRE: APARECO.

GIRO DE LA EMPRESA: Alquiler de Inmuebles.

TAMAÑO DE LA EMPRESA: Pequeña Empresa.

UBICACIÓN: Villa Fontana.

MISIÓN

Somos una empresa eco-amigable que mediante la construcción de viviendas con materiales reciclables y a bajos costos, logra hábitats que respondan a las necesidades de nuestros clientes en condiciones saludables, sostenibles e integradoras.

VISIÓN

Nos proponemos seguir creciendo en el sector infraestructura realizando proyectos cada vez más ambiciosos, y que logren cumplir con las expectativas y las necesidades de los nuevos clientes.

VALORES

- Respeto.
- Humanitarismo.
- Trabajo en equipo.
- Proactividad.
- Responsabilidad.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

CORTO (1 año)

- Dar una respuesta inmediata a la necesidad de los estudiantes universitarios de los departamentos de tener un espacio propio y cómodo para habitar a precio accesible durante el periodo lectivo.

MEDIANO (5 años)

- Aumentar la cantidad de viviendas del condominio para satisfacer las necesidades de nuevos estudiantes universitarios.
- Reducir el impacto ambiental que tienen las botellas plásticas en Managua, al reutilizarlas en la construcción de las viviendas.

LARGO (8 años)

- Buscamos nuevos modelos de desarrollo, que no sólo consideren “viabilidad económica”, sino requieran un balance entre ésta y su relacionado impacto medioambiental y sociocultural.
- Llevar a cabo la construcción de casas ecológicas para personas particulares (fuera de la urbanización) que logre satisfacer las necesidades y expectativas de estas.

VENTAJA COMPETITIVA

6. Nosotros, los dueños de la empresa, estaremos en contacto directo con nuestro segmento de clientes potenciales a fin de dar una respuesta pronta y óptima a sus necesidades.

7. El alquiler de los apartamentos es más accesible que el resto debido al bajo costo de construcción de las mismas.

8. Se reducen los desechos inorgánicos en las calles, cauces, etc. evitando el impacto ambiental negativo de la basura en nuestro país.

9. Crear conciencia socioambiental sobre la importancia de reciclar desechos y reutilizarlos de manera novedosa para el goce de los seres humanos.

10. La construcción de un condominio ecológico, ya que éste servicio aún no se ha implementado en nuestro país.

DISTINGOS COMPETITIVOS

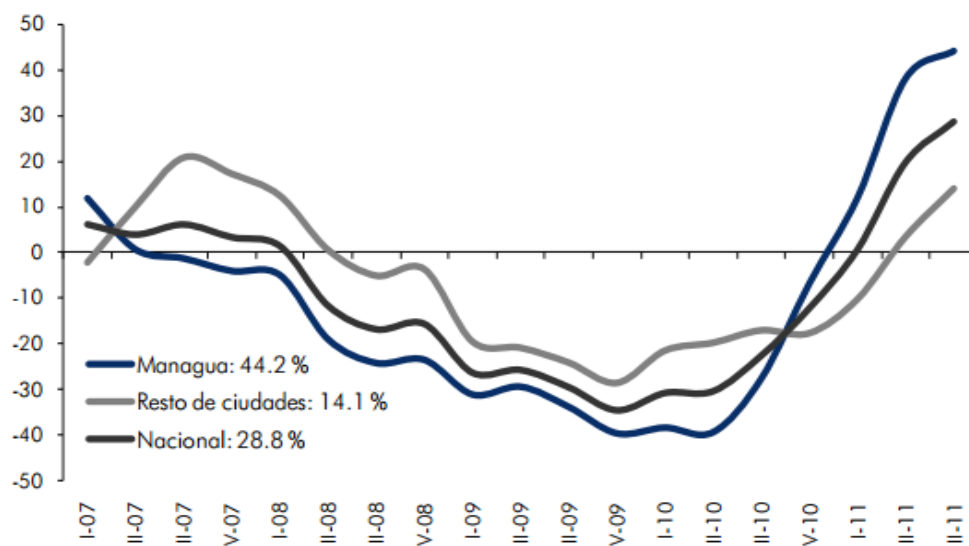
Nuestros distingos competitivos son:

1. El nombre de la empresa,
2. El logotipo,
3. Slogan,
4. La misión y objetivos de APARECA,
5. Finalmente, los materiales utilizados en la elaboración de las casas.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA¹

CUADRO N° 1.

Construcción privada: Nacional, Managua y Resto de ciudades *Tasa de variación promedio anual*



Fuente: División Económica Banco Central de Nicaragua.

Al tercer trimestre de 2011, la construcción privada registró crecimiento acelerado por tercera vez consecutiva al aumentar 28.8 por ciento en promedio anual (19.9% al trimestre anterior). Esto fue producto del dinamismo observado en las edificaciones residenciales, servicio y comercio, mientras que las edificaciones industriales mostraron una menor tasa de contracción con relación al trimestre anterior.

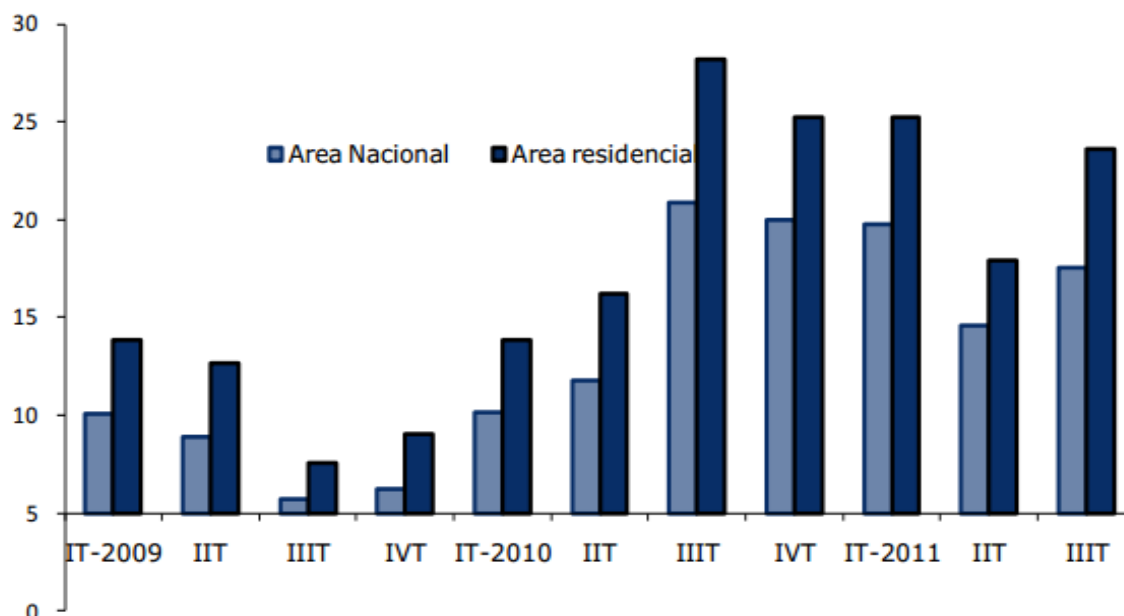
Las edificaciones residenciales mostraron un crecimiento significativo de 39.3 por ciento (29.4% al segundo trimestre de 2011), lo cual significó un aporte de 28.4 puntos porcentuales al crecimiento de la actividad. Así mismo, las obras de comercio y servicios registraron aumentos de 21.6 y 3.5 por ciento, respectivamente (55.9% y -14.3% al trimestre anterior), aportando en conjunto 1.8 puntos porcentuales.

Las obras industriales se contrajeron en 30.6 por ciento (-38.6% al trimestre anterior), lo que se tradujo en un aporte marginal negativo de 1.4 puntos porcentuales.

¹ Datos tomados de: <http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/trimestrales/construccion/IIItrimestre2011.pdf>.

CUADRO N° 2.

Área efectivamente construida de viviendas de interés social ^{1/}
(relaciones porcentuales con respecto al área nacional y residencial)



Cuadro N°2. Fuente: División Económica Banco Central de Nicaragua.

Otro indicador que revela signos de mejora de la actividad constructora privada es el impulso del programa de crédito justo para la construcción de viviendas de interés social, que en el tercer trimestre se expresó en un total de 34,248 metros cuadrados de área efectivamente construida. Esta área representó más de 3,800 metros cuadrados en comparación al tercer trimestre del año 2010. Así mismo, significó 23.6 por ciento del área residencial nacional.

El repunte del área efectivamente construida a nivel nacional, fue respaldada principalmente por el comportamiento de las edificaciones en el departamento de Managua, que ha registrado expansiones significativas en los últimos tres trimestres.

Las construcciones ejecutadas en Managua experimentaron un aumento acelerado de 44.2 por ciento (38.2% al trimestre anterior), que obedeció al dinamismo de construcciones industriales y residenciales, que en conjunto aportaron 47.4 puntos porcentuales. No obstante, las obras destinadas a comercio y servicio registraron contracciones de 14.3 y 11 por ciento, respectivamente (30.1% y -29.9 al trimestre anterior).

ANÁLISIS POR DESTINOS ECONÓMICOS DE LA CONSTRUCCIÓN.

Las obras residenciales en Managua registraron un crecimiento de 61.9 por ciento promedio anual (64.3% al trimestre anterior). En este destino se destacó el crecimiento de obras nuevas y en proceso, mientras que las obras en reinicio y finalizadas se desaceleraron. En particular se observó el surgimiento de nuevos proyectos de viviendas de interés social, así como urbanizaciones destinadas a segmentos de mayor poder adquisitivo.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La materia prima de los apartamentos son botellas plásticas, lo que conlleva a un impacto positivo en los costos de construcción de las instalaciones, ya que se emplea menos cantidad de cemento, varillas, madera, etc. permitiendo así, que el valor de los departamentos al público, sea de menor costo que los contruidos convencionalmente.

Por otro lado, también tiene un impacto positivo en el medio ambiente. Gracias a que recicla desperdicios encontrados en las calles y los utiliza de forma novedosa, estos se transforman en un nuevo bien, el cual es de nuevo utilizado y gozado por los seres humanos.

Las botellas se rellenan de arena, tierra o escombros para proporcionar solidez a la base de la casa y luego se amarran para dar firmeza a la estructura. Seguidamente, se pegan y sellan con una leve capa de un engrudo elaborado de tierra, cemento y cal, permitiendo que lleve menos cemento y así reducir los costos de construcción.

CALIFICACIONES PARA ENTRAR EN EL ÁREA

- Arana Gabriela. Administración de Empresas.
- Chamorro Grethel. Marketing y Publicidad.
- Luna Luis. Diseño y Comunicación Visual.
- Lacayo Walter. Marketing y Publicidad.
- Rivera Katheryn. Marketing y Publicidad.

APOYOS BÁSICOS PARA LA EMPRESA

- Arquitecto.
- Ingeniero y equipo de obreros (electricista, fontaneros, albañiles, etc.)
- Diseño de la marca (creadores de la empresa).
- Otros: Vendedores ambulantes de botellas plásticas, Empresas de Reciclaje.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Somos los pioneros en el país de este tipo de proyecto eco-amigables que entabla la relación entre el ser humano y el hábitat.
- Es una idea nueva que aporta soluciones a la contaminación del medio ambiente de Nicaragua.

OPORTUNIDADES

- EL fácil acceso de la materia prima, ya que las botellas plásticas abundan en las calles y cauces de Managua.
- Alta demanda de estudiantes de los distintos departamentos que estudian en Managua y desean alquilar apartamentos a bajos costos.
- Los precios de la materia prima son muy bajos, logrando reducir los costos de la construcción del condominio.

DEBILIDADES

- Somos los primeros en realizar este tipo de proyectos en el país y no tenemos la experiencia de haber participado en un proyecto similar.
- No contamos con toda la experiencia técnica que requiere llevar a cabo este curioso/innovador proyecto.

AMENAZAS

- Los vendedores de botellas también venden estos artículos a empresas que se dedican al reciclaje de desechos.
- No hay mucha influencia ecologista en los jóvenes universitarios ni en la población en general.

III. ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS DE MERCADO

Para nuestro proyecto, nos hemos planteado los siguientes objetivos de mercado:

CORTO PLAZO (1 AÑO)

➤ Cubrir en un 3% la demanda de alquiler de los estudiantes universitarios, que equivale a la construcción de 20 apartamentos, los cuales estarán ya construidos y listos para habitarse al inicio del 1° año.

MEDIANO PLAZO (3 años):

➤ Aumentar nuestras ventas en un 3%, lo que significa la construcción de 20 apartamentos más, con los cuales cubriríamos un 6% de la demanda.

LARGO PLAZO (5 años):

➤ Ampliarla construcción del condominio, con 40 nuevos apartamentos, con el objetivo de crecer un 6% en nuestras ventas y así cubrir el 12% de la demanda.

Éstos, nos permitirán diseñar las estrategias más adecuadas para alcanzar nuestro segmento meta y así cumplir con las metas propuestas. Además, nos permitirán hacer un mejor uso de los recursos tanto humanos, como técnicos y financieros con los que cuenta nuestra empresa.

TAMAÑO DEL MERCADO

La materia prima de los apartamentos de nuestro condominio son botellas PET, este tipo de construcción nos permite ahorrar costos, logrando economizar hasta en un 40% del costo total de la edificación. Por esta razón, el precio del alquiler de estos apartamentos es relativamente bajo en comparación a los elaborados con materiales tradicionales.

Nuestro mercado potencial son todas aquellas personas de Managua o de los departamentos, estudiantes o económicamente activos, que estén en búsqueda de un apartamento cómodo, ubicado cerca de su centro de estudios superiores, y que logre satisfacer sus necesidades, pero sobretodo, que sea de precio accesible.

Mientras que el mercado meta de APARECO, son todos aquellos estudiantes de la Universidad Centroamericana UCA (sobretudo), Universidad Nacional de Ingeniería UNI e Instituto de Estudios Superiores IES, que necesiten un apartamento cómodo, seguro y espacioso para poder vivir durante el período lectivo, y que se encuentre cerca de su universidad, permitiéndoles así el fácil acceso al recinto y menos gastos.

DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE META

DATOS DEMOGRÁFICOS

- Edad: 17 – 24 años.
- Sexo: Ambos
- Ocupación: Estudiantes
- Nivel de escolaridad: Estudios Universitarios
- Nivel de ingreso: Estudiantes pertenecientes a la clase media, media-alta.

NECESIDADES Y MOTIVACIONES

Los estudiantes que viven fuera de Managua se mudan aquí con el objetivo de continuar sus estudios, ya que de lo contrario los costos serían mucho más altos si viajaran a diario. Es por esto que les es más conveniente el encontrar un lugar donde vivir que esté cerca de su universidad y que sea lo más barato posible pero que cumpla con sus necesidades.

EXPECTATIVAS DEL CLIENTE HACIA EL SERVICIO

1. Fiabilidad: Servicio satisfactorio desde la primera vez.
2. Profesionalismo: Trabajador con vocación de servicio.
3. Accesibilidad: Teniendo en cuenta lugar, horario y tiempo de prestación, además de estar siempre lo más cerca posible del cliente.
4. Cortesía: Contacto personal educado, atento simpático y amable.
5. Comunicación: Información y canales abiertos cliente-empresa.
6. Credibilidad: Imagen de honestidad y ambiente de confianza.
7. Seguridad: Carencia de peligros, riesgos y dudas.
8. Empatía: Ponerse en el lugar del cliente.
9. Capacidad de Respuesta: Tiempo y contenido de las respuestas en el servicio y ante quejas.
10. Elementos Tangibles: Entorno físico del servicio. Instalaciones físicas, equipos, etc.

TIPOS DE FUENTES DE INFORMACIÓN

Para llevar a cabo la investigación de mercado, es necesario primeramente, definir cuáles son los tipos de fuentes de información que utilizaremos. En nuestro caso, tomaremos como información primaria, todos aquellos datos provenientes de los resultados de las encuestas que aplicaremos a los estudiantes de las distintas universidades seleccionadas.

Los datos secundarios que utilizaremos como apoyo, serán las bases de datos de las universidades a las cuales queremos dirigirnos, datos demográficos y estadísticos proporcionados por el censo poblacional del 2005, información sobre permisos de construcciones disponibles en la Alcaldía de Managua, y los datos proporcionados por el Consejo Nacional de Universidades (CNU).

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar la cantidad de encuestas que necesitamos aplicar, hicimos uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2(p)(1-p)}{e^2(N-1) + z^2(p)(1-p)}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

z= Valor estándar correspondiente al nivel de confianza.

p= Proporción de éxitos.

e= Error permitido.

Y al hacer los cálculos correspondientes para determinar el número de encuestas que debíamos aplicar en cada universidad, obtuvimos los siguientes datos:

Muestras:

- Universidad Americana
n= 70
- Universidad Centroamericana
n= 208
- Instituto de Estudios Superiores

n= 72

ENCUESTA

UNIVERSIDAD AMERICANA UAM



PROYECTO HABITACIONAL DE APARTAMENTOS CONSTRUIDOS CON BOTELLAS PLÁSTICAS

Solicitamos su colaboración para llenar la siguiente encuesta que tiene como objetivo determinar las principales necesidades habitacionales de los estudiantes universitarios y saber cuál es su percepción ante esta propuesta (apartamentos de botellas plásticas). Le agradecemos de antemano su buena disposición a ayudarnos.

MARQUE CON UNA "X" SU RESPUESTA.

1. ¿Qué tipo de inmueble renta?

- ☐ Casa.
 ☐ Apartamento.
 ☐ Cuarto.

2. ¿Cuánto paga?

- ☐ \$80 – \$100.
 ☐ \$201 - \$300.
 ☐ \$451 - \$500.
- ☐ \$101 - \$200.
 ☐ \$301 - \$400.
 ☐ Otro. Especifique.

3. ¿Qué servicios incluye?

- ☐ Internet.
 ☐ Agua.
 ☐ Parqueo.
- ☐ Teléfono.
 ☐ Luz.
 ☐ Otro. Especifique.
- ☐ Comida.
 ☐ Área de lavandería.

4. ¿Se siente cómodo en el lugar dónde reside?

- ☐ Sí.
 ☐ No.

5. Si su respuesta anterior fue no, cuáles de las siguientes limitaciones le afectan al vivir ahí:

- ☐ Espacio suficiente.
 ☐ Horario de entrada/salida.
 ☐ Otro. Especifique.
- ☐ Privacidad.
 ☐ Problemas de agua, luz.
- ☐ Entrada independiente.
 ☐ Seguridad.

6. ¿El lugar donde reside es cerca de su universidad?

- ☐ Si ☐ No

Por favor especifique zona

7. ¿Le gustaría vivir en un apartamento hecho con materiales reciclados (botellas plásticas)?

- ☐ Si ☐ No

8. ¿Qué servicios le gustaría que fuesen incluidos en el precio de alquiler de los apartamentos?

- | | | |
|---------------------------------|---|--|
| <input type="radio"/> Internet. | <input type="radio"/> Agua. | <input type="radio"/> Parqueo. |
| <input type="radio"/> Teléfono. | <input type="radio"/> Luz. | <input type="radio"/> Seguridad. |
| <input type="radio"/> Comida. | <input type="radio"/> Área de lavandería. | <input type="radio"/> Otro. Especifique. |

9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar?

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> \$150 - \$200. | <input type="radio"/> \$301 - \$400. |
| <input type="radio"/> \$201 - \$300. | <input type="radio"/> Otro. Especifique monto. |

10. ¿Qué dimensiones prefiere usted para su apartamento?

- ☐ 1 dormitorio, 1 baño, cocina, comedor, sala, área de lavandería.
- ☐ 2 dormitorios, 1 baño, cocina, comedor, sala, área de lavandería.

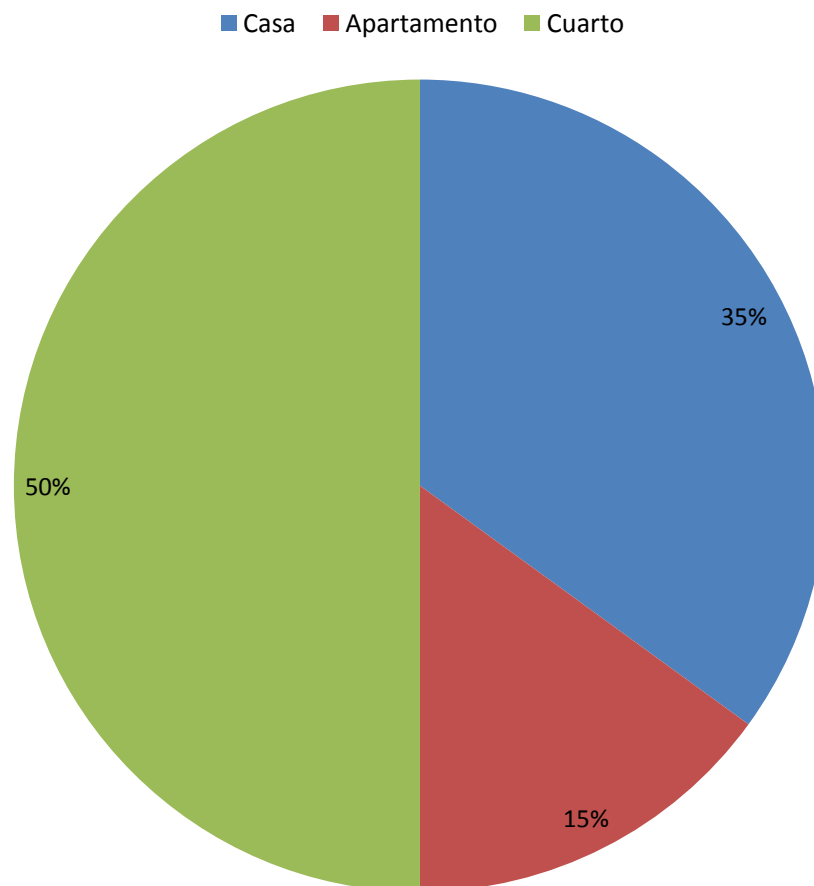
RESULTADOS OBTENIDOS

Las encuestas fueron aplicadas en las siguientes universidades; UAM (70 encuestas), UCA (208 encuestas), IES (71 encuestas), durante la semana del 8 al 13 y la siguiente del 15 al 20 de Abril, a estudiantes provenientes de los departamentos que alquilan en la capital.

ENCUESTAS APLICADAS EN LA UNIVERSIDAD AMERICANA UAM

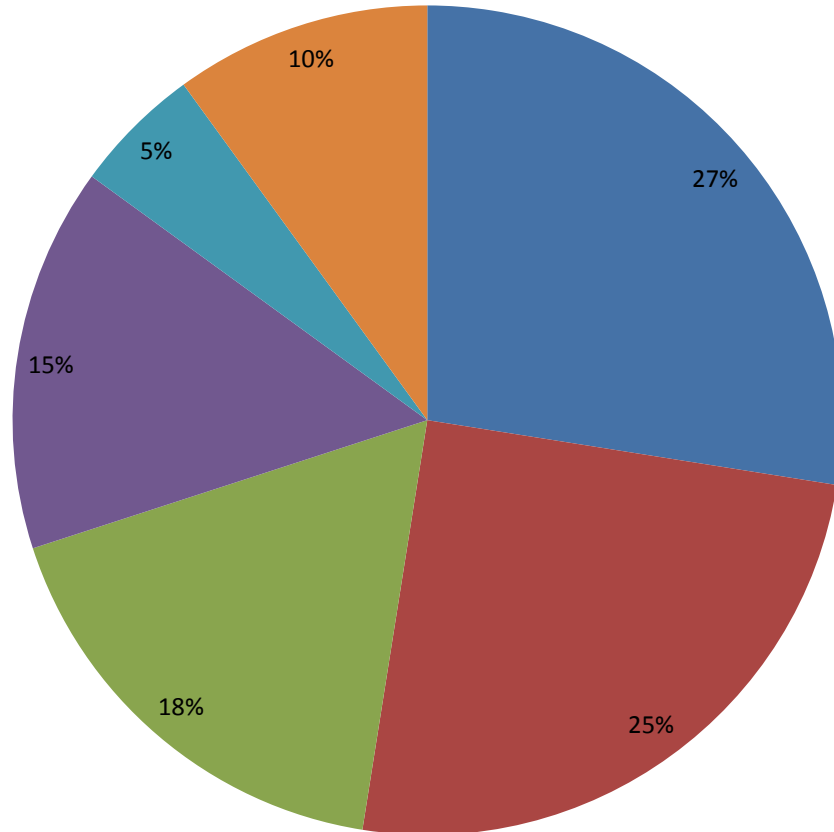
n= 70 encuestas

¿Qué tipo de inmueble alquila?



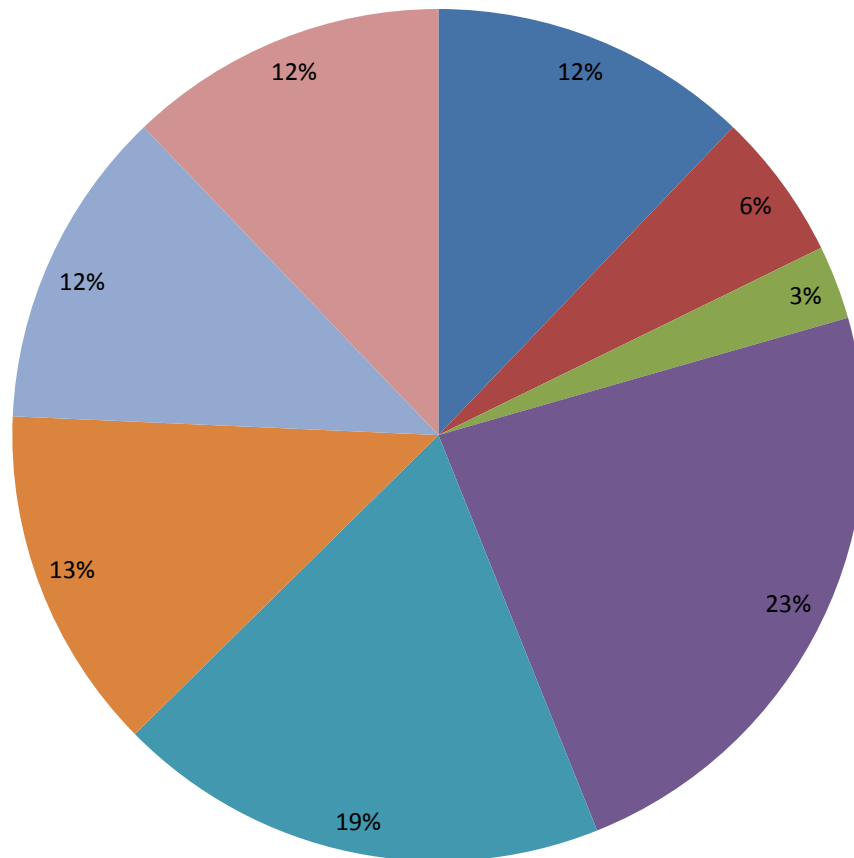
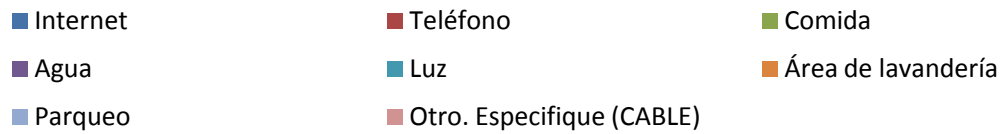
La gráfica anterior muestra en qué porcentaje los estudiantes de los departamentos rentan distintos lugares para vivir durante el período lectivo. El mayor porcentaje corresponde al alquiler de cuartos (55%), seguidos de la renta de casas que ocupa el 35%, y el 15% restante son los que alquilan apartamentos.

¿Cuánto paga?



Este gráfico relaciona los rangos de precios de alquiler (en dólares) y el número de estudiantes que paga determinada cantidad. Los resultados se muestran en porcentajes. El 27% paga de \$80 a \$100, el 25% paga de \$101 a \$200 y el 18% de \$201 a \$300. El 10% de los encuestados pagan menos de \$80.

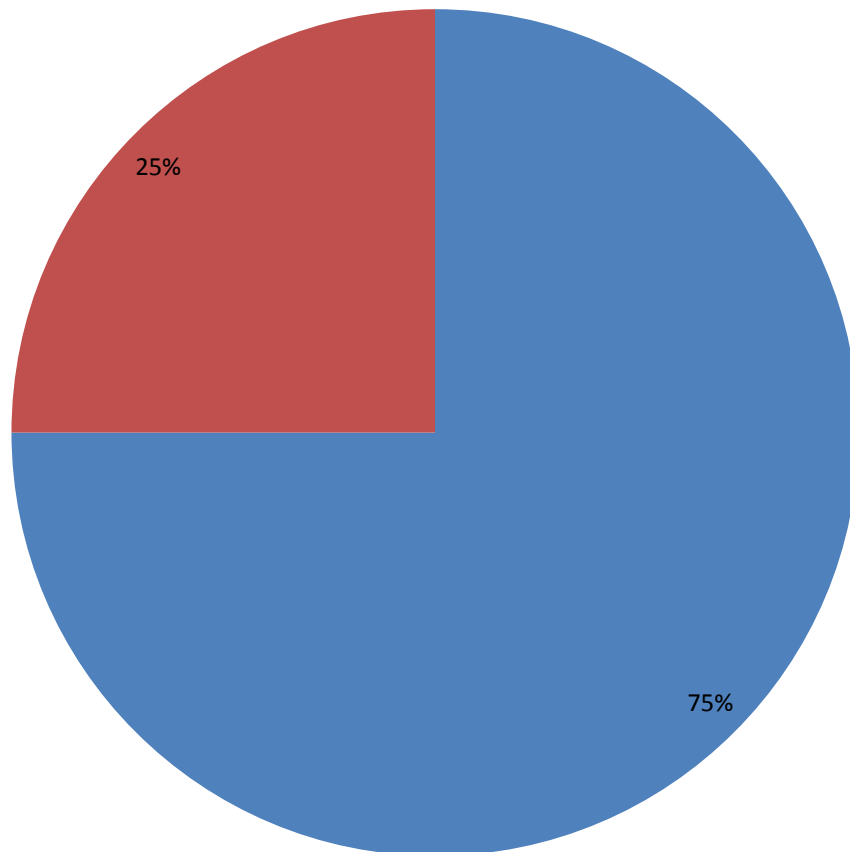
¿Qué servicios incluye?



Este gráfico muestra en cantidades porcentuales los servicios incluidos en el alquiler de los inmuebles. Los servicios con mayores porcentajes fueron el agua y la luz. En menores porcentajes se encuentran el teléfono (6%) y la comida (3%).

¿Se siente cómodo en el lugar donde reside?

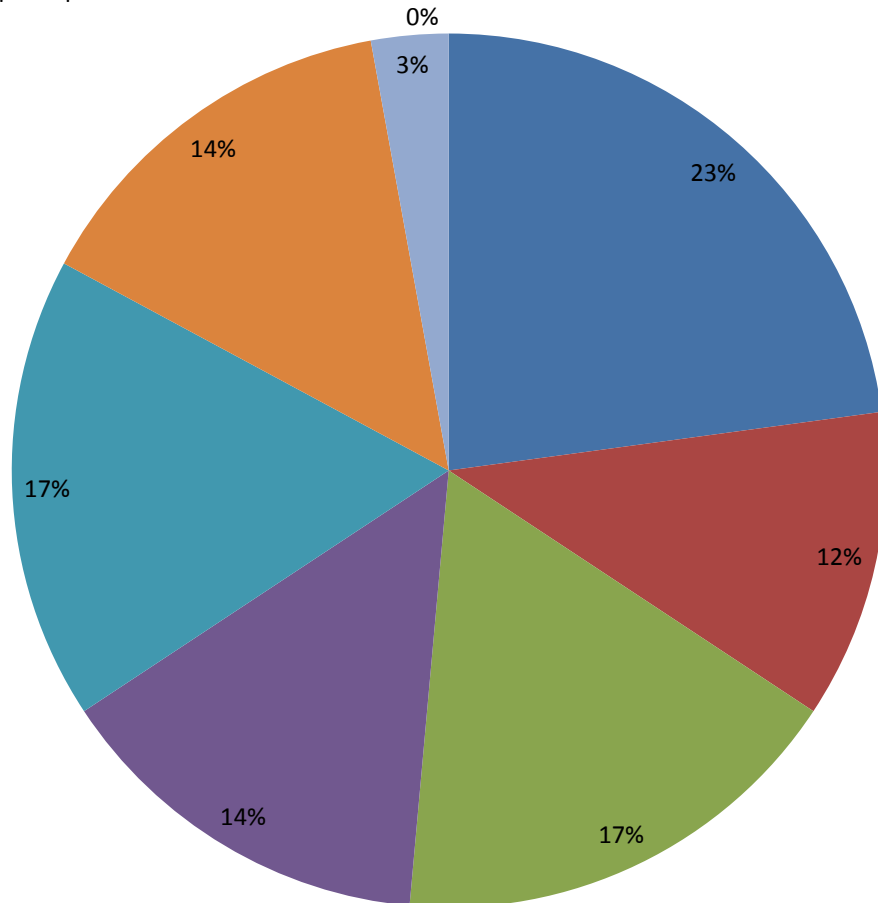
■ Sí ■ No



La gráfica anterior expresa el porcentaje de estudiantes que se siente a gusto alquilando el inmueble de su preferencia. El 75% de los encuestados expresó que si se siente cómodo. Mientras que sólo el 25% restante manifestó incomodidad.

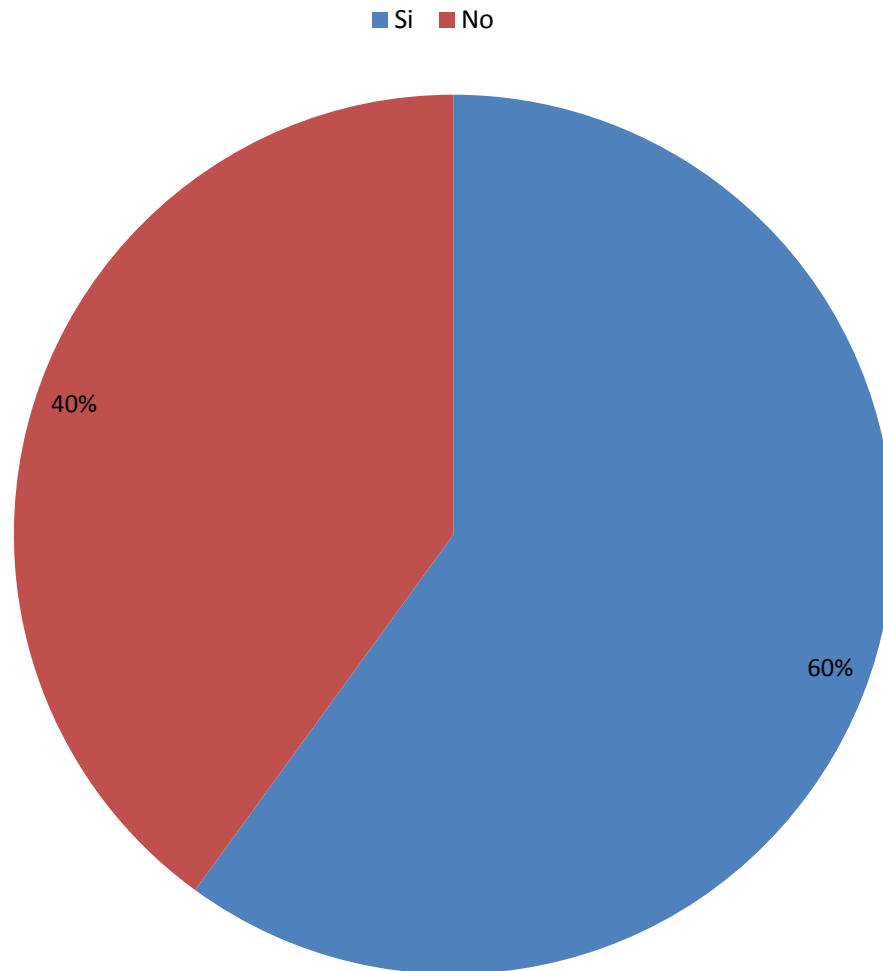
¿Cuáles son las limitaciones de vivir ahí?

- Espacio suficiente
- Privacidad
- Entrada independiente
- Horario de entrada/salida
- Problemas de agua, luz
- Seguridad
- Otro. Especifique



Anteriormente, se observa el porcentaje de estudiantes que dice sufrir de las limitaciones mencionadas en la encuesta. Los problemas más comunes que sufren los estudiantes son la falta de espacio suficiente, no tienen entrada independiente, y problemas de agua y luz. En menor porcentaje se encuentran los problemas con los arrendadores.

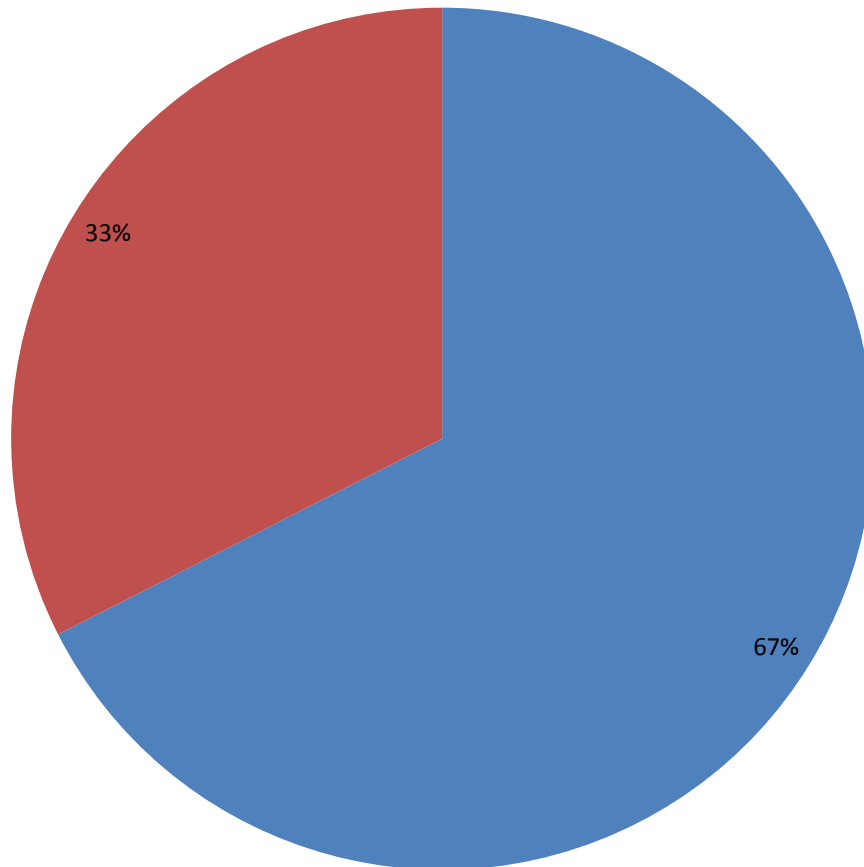
¿Reside cerca de su universidad?



Este pastel expresa en números porcentuales, la cantidad de estudiantes que vive cerca de la UAM, y los que viven lejos. El 60% dijo vivir en lugares aledaños a las instalaciones de la universidad, mientras que el 40% dijo vivir lejos de la UAM.

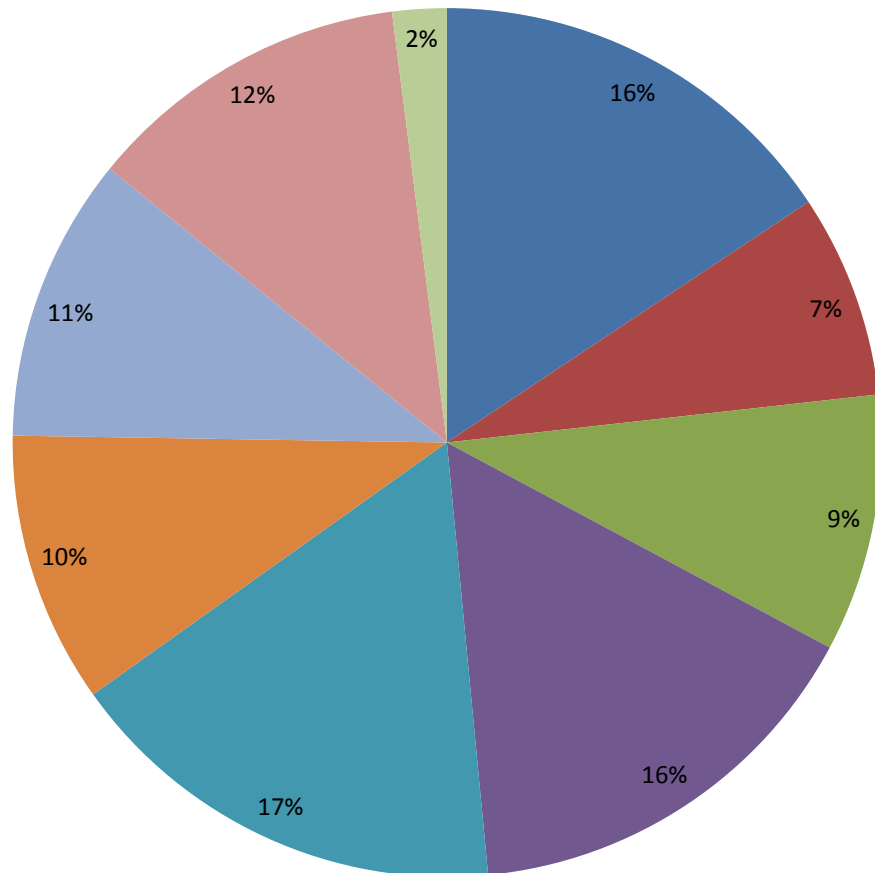
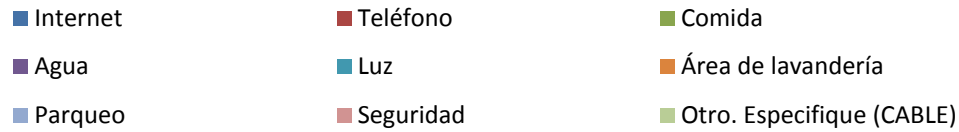
¿Le gustaría vivir en un apartamento hecho con botellas plásticas?

■ Sí ■ No



Este gráfico de pastel expresa el porcentaje de estudiantes a los que les gustaría o no, vivir en apartamento hecho de materiales reciclados. La mayoría de los encuestados (67%) expresó que no tendría problema alguno de vivir en un lugar hecho de botellas PET.

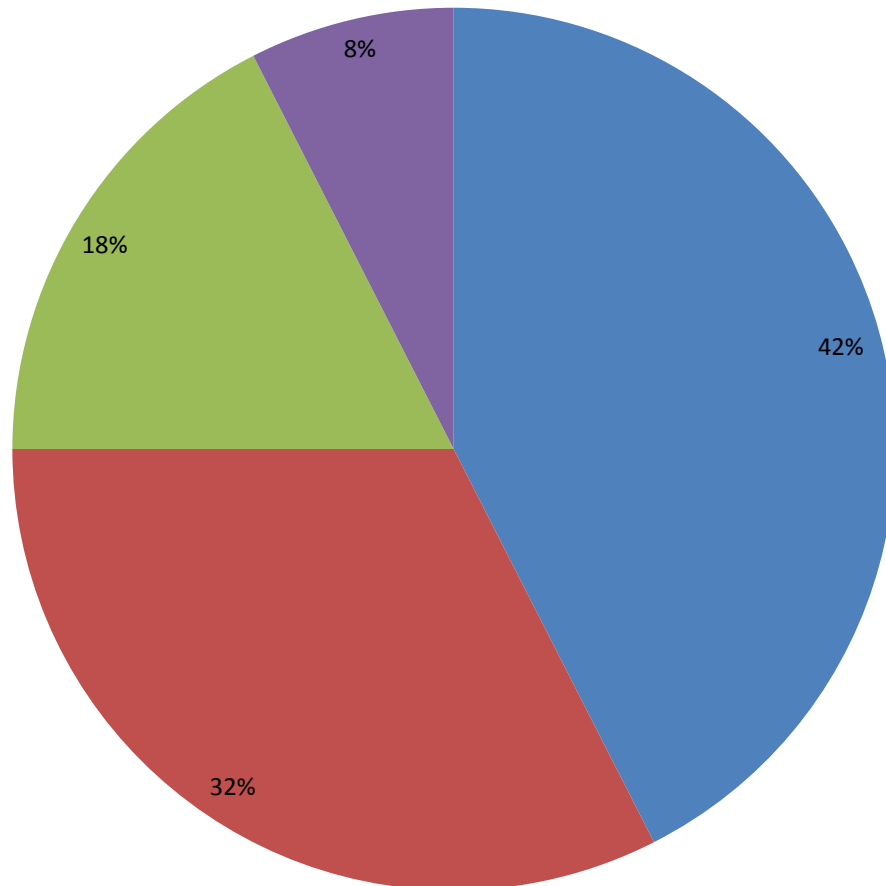
¿Qué servicios le gustaría fuesen incluidos?



Anteriormente, se presentó una gráfica que muestra cuáles son los servicios que los estudiantes consideran necesarios para acondicionar un apartamento. Los servicios que encabezan la lista son la luz y el agua, el internet y la seguridad. Los que tienen menores porcentajes son el teléfono (7%) y el cable (2%).

¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar?

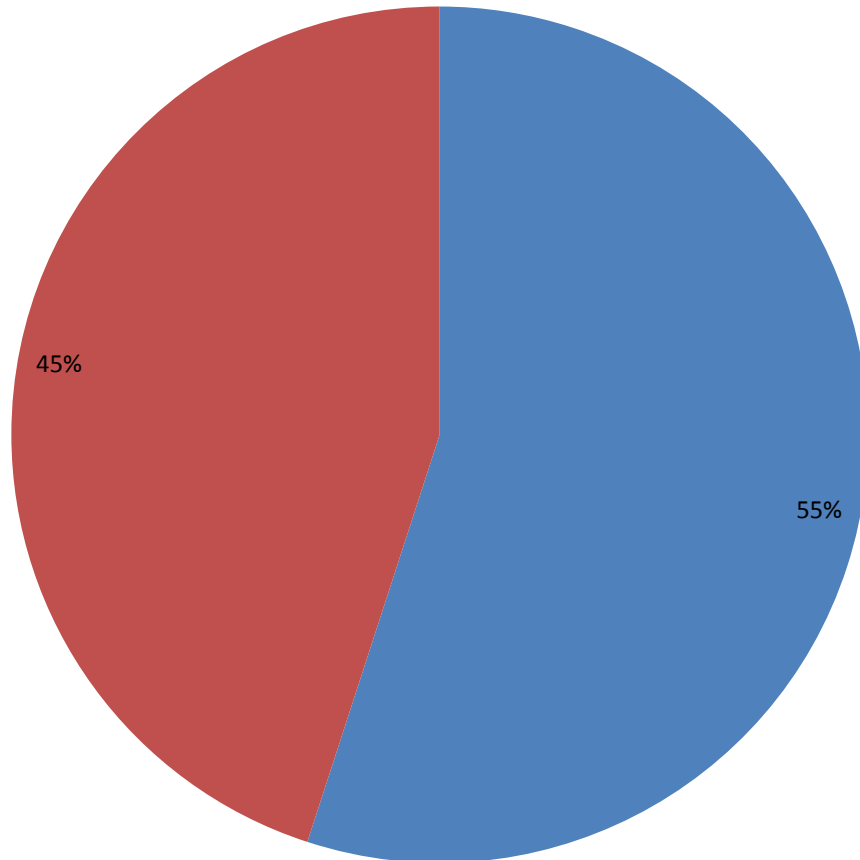
■ \$150 - \$200 ■ \$201 - \$300 ■ \$301 - \$400 ■ Otro. Especifique (\$100 O MENOS)



Este pastel indica el rango de precios de alquiler que los estudiantes disponen a pagar por los apartamentos .El 42% está dispuesto a pagar de \$150 a \$200.Y el 32% puede pagar de \$201 a \$300. Sólo el 8% desea pagar menos de \$100.

¿Qué dimensiones prefiere?

- 50 mts2. (1 dormitorio, 1 baño, cocina, sala comedor, área de lavandería)
- 70 mts2. (2 dormitorios, 1 baño, cocina, sala comedor, área de lavandería)

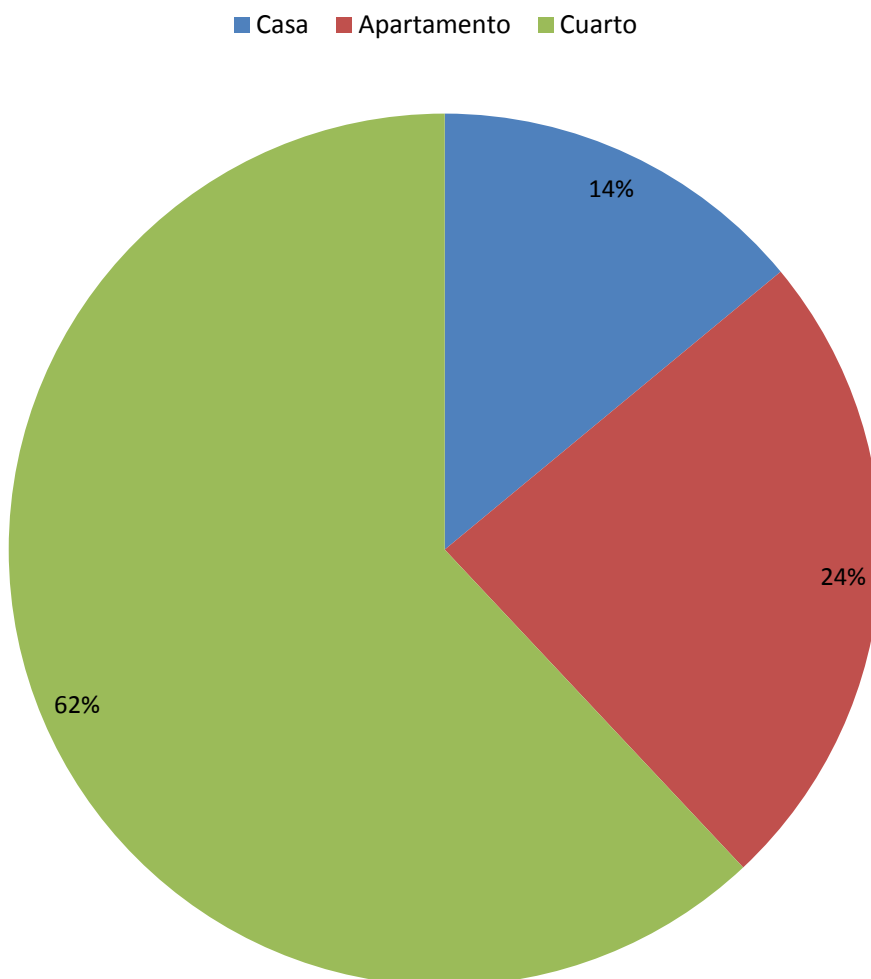


La gráfica anterior expresa la cantidad de estudiantes (en porcentaje) que seleccionaron las dimensiones de su preferencia (para el apartamento) El 55% prefiere un apartamento de sólo una habitación. Mientras que el 45% restante está a gusto con un apartamento con dos habitaciones.

ENCUESTAS DEL INSTITUTO DE ESTUDIOS SUPERIORES

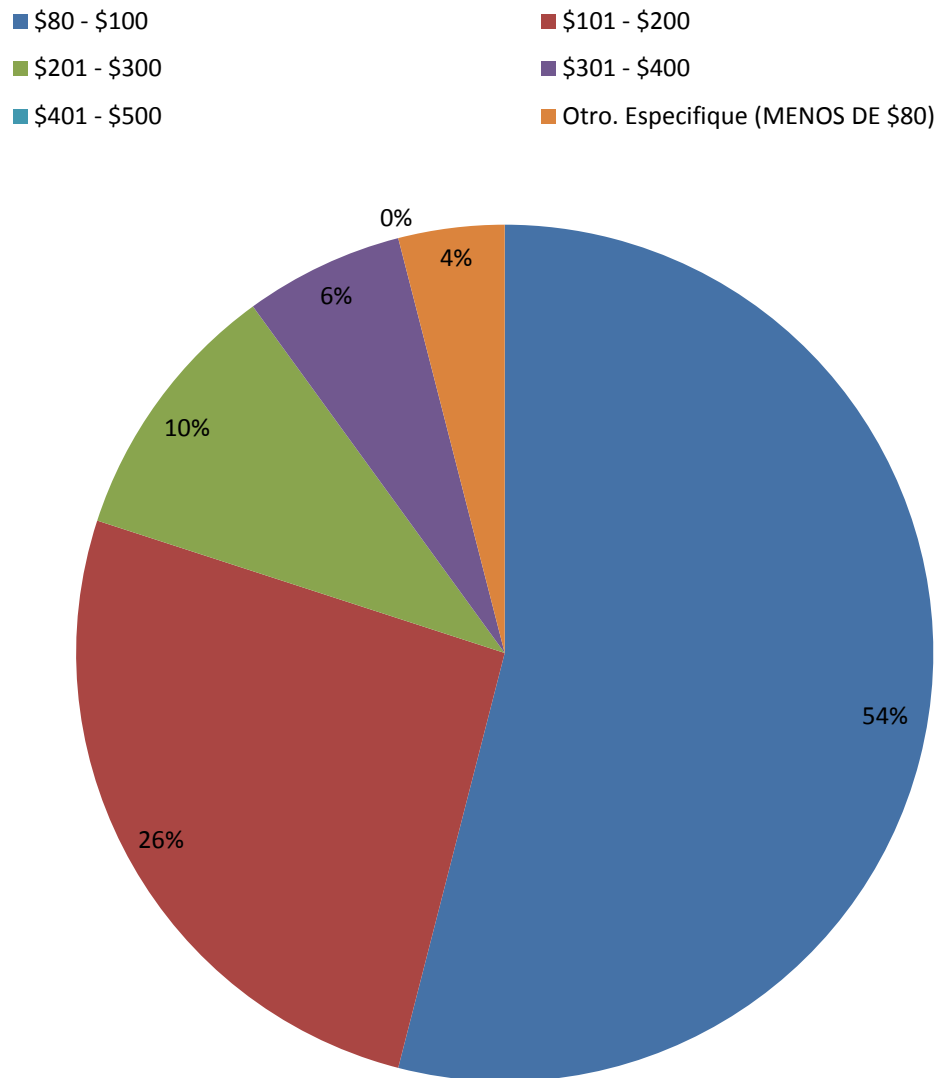
n= 72 encuestas.

¿Qué tipo de inmueble alquila?



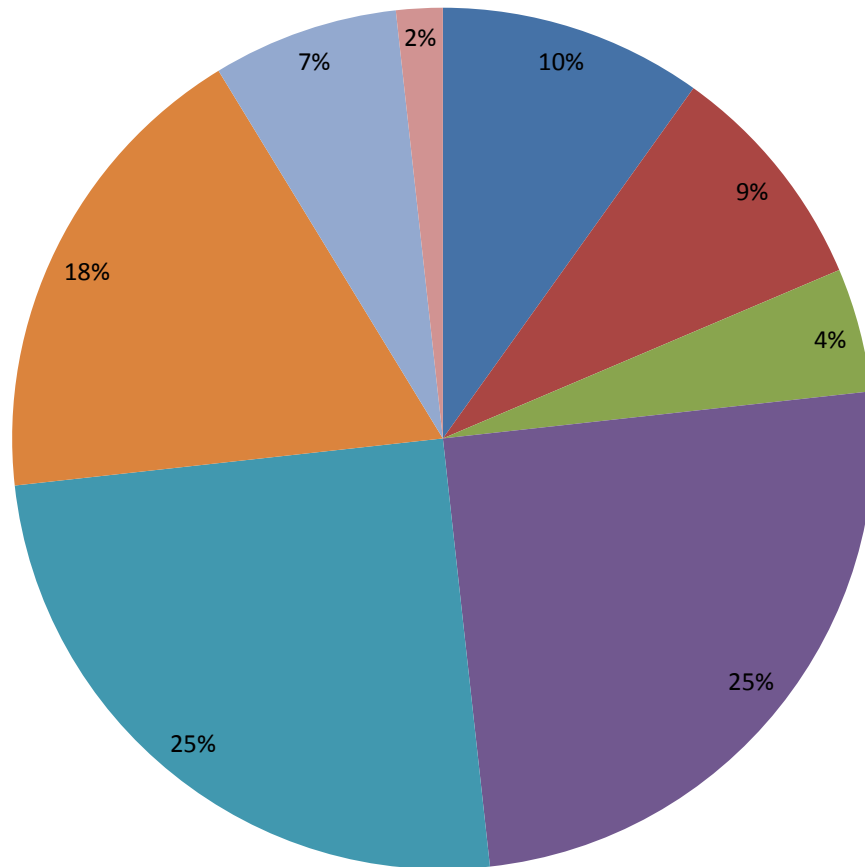
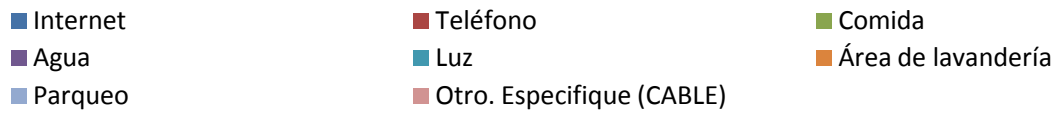
Esta gráfica muestra en qué porcentaje los estudiantes de los departamentos rentan distintos lugares para vivir durante el período lectivo. El mayor porcentaje corresponde al alquiler de cuarto (62%), seguido de la renta de apartamentos que ocupa el 24%, y el 14% restante son los que alquilan casas.

¿Cuánto paga?



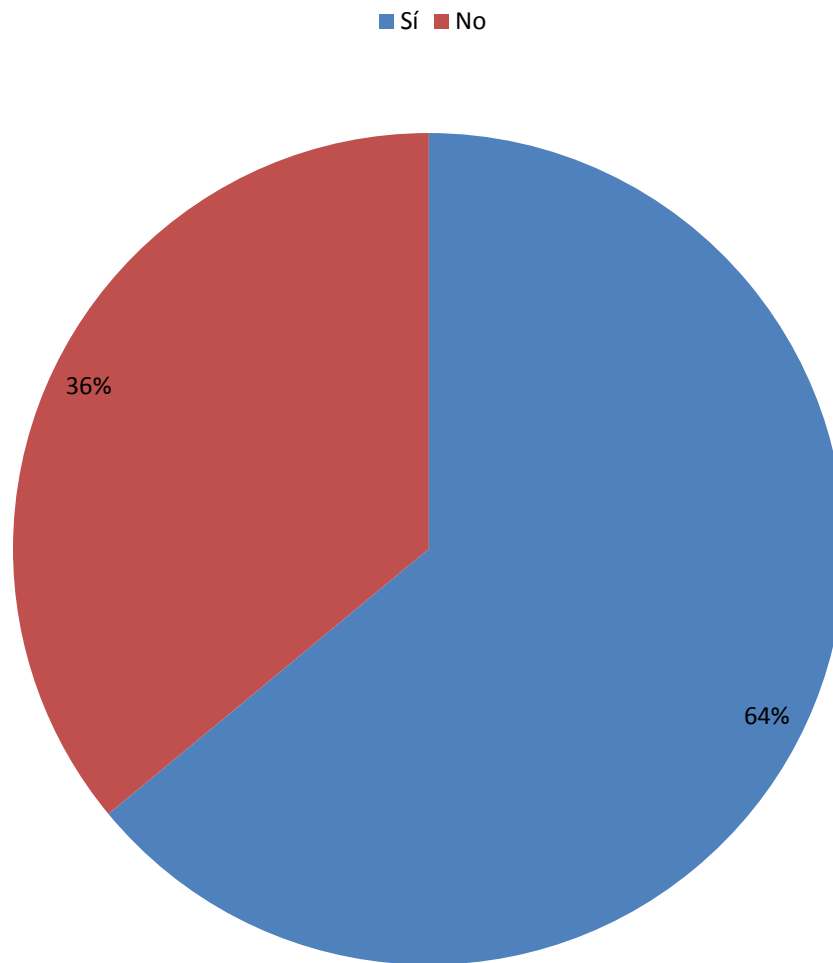
El gráfico anterior relaciona los rangos de precios de alquiler (en dólares) y el número de estudiantes que paga determinada cantidad. Los resultados se muestran en porcentajes. El 54% paga de \$80 a \$100, el 26% paga de \$101 a \$200 y el 10% de \$201 a \$300.

¿Qué servicios incluye?



Este gráfico muestra en cantidades porcentuales los servicios incluidos en el alquiler de los inmuebles. Los servicios con mayores porcentajes fueron el agua y la luz, y área de lavandería. En menores porcentajes se encuentran el cable (2%) y la comida (4%).

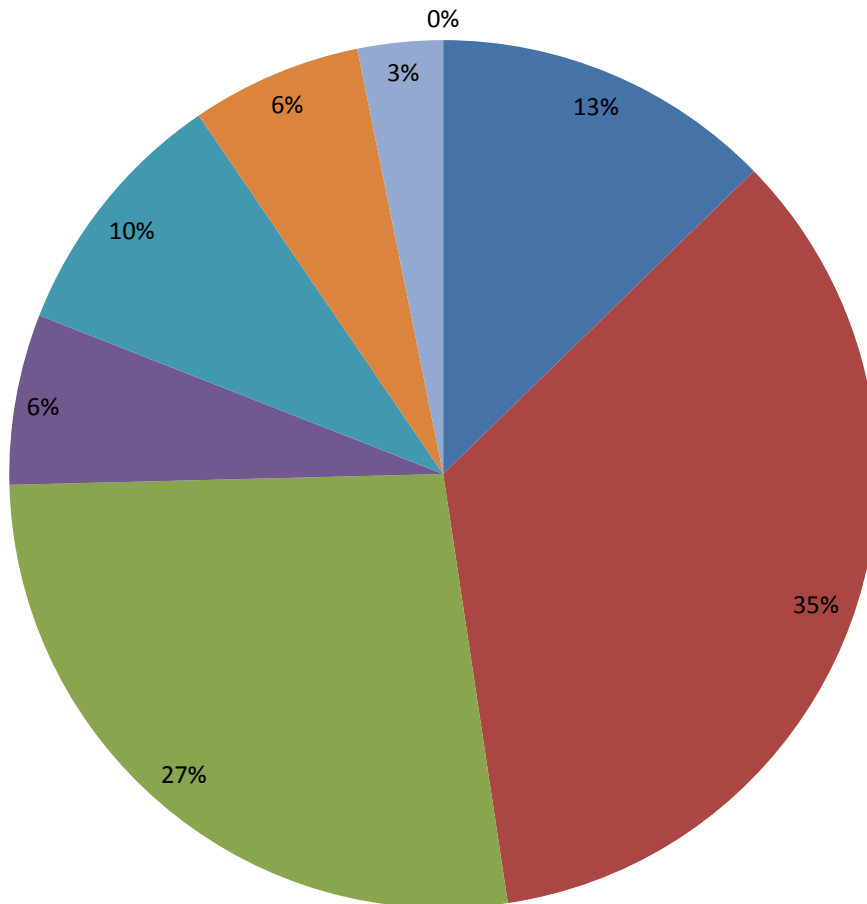
¿Se siente cómodo en el lugar donde reside?



El gráfico anterior expresa el porcentaje de estudiantes que se siente a gusto alquilando el inmueble de su preferencia. El 64% de los encuestados expresó que si se siente cómodo. Mientras que sólo el 36% restante manifestó incomodidad.

¿Cuáles son las limitaciones de vivir ahí?

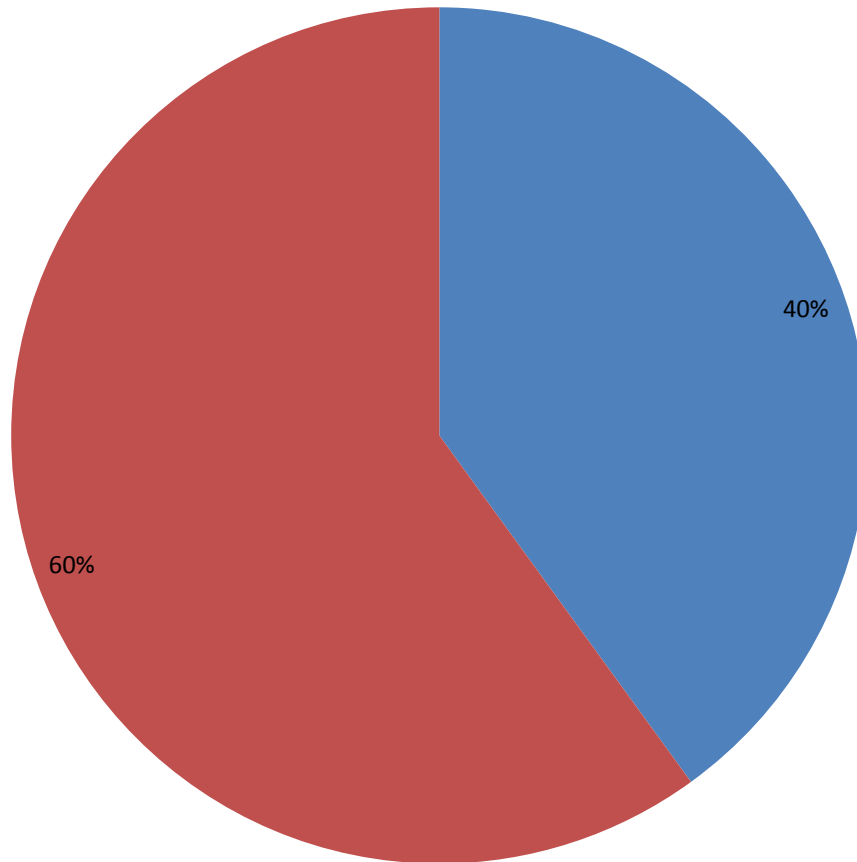
- Espacio suficiente
- Privacidad
- Entrada independiente
- Horario de entrada/salida
- Problemas de agua, luz
- Seguridad
- Otro. Especifique



El pastel anterior relaciona el porcentaje de estudiantes que dice sufrir de las limitaciones mencionadas en la encuesta. Los problemas más comunes que sufren los estudiantes son la falta de privacidad, no tienen entrada independiente, y no hay espacio suficiente. En menor porcentaje se encuentran los problemas con los arrendadores.

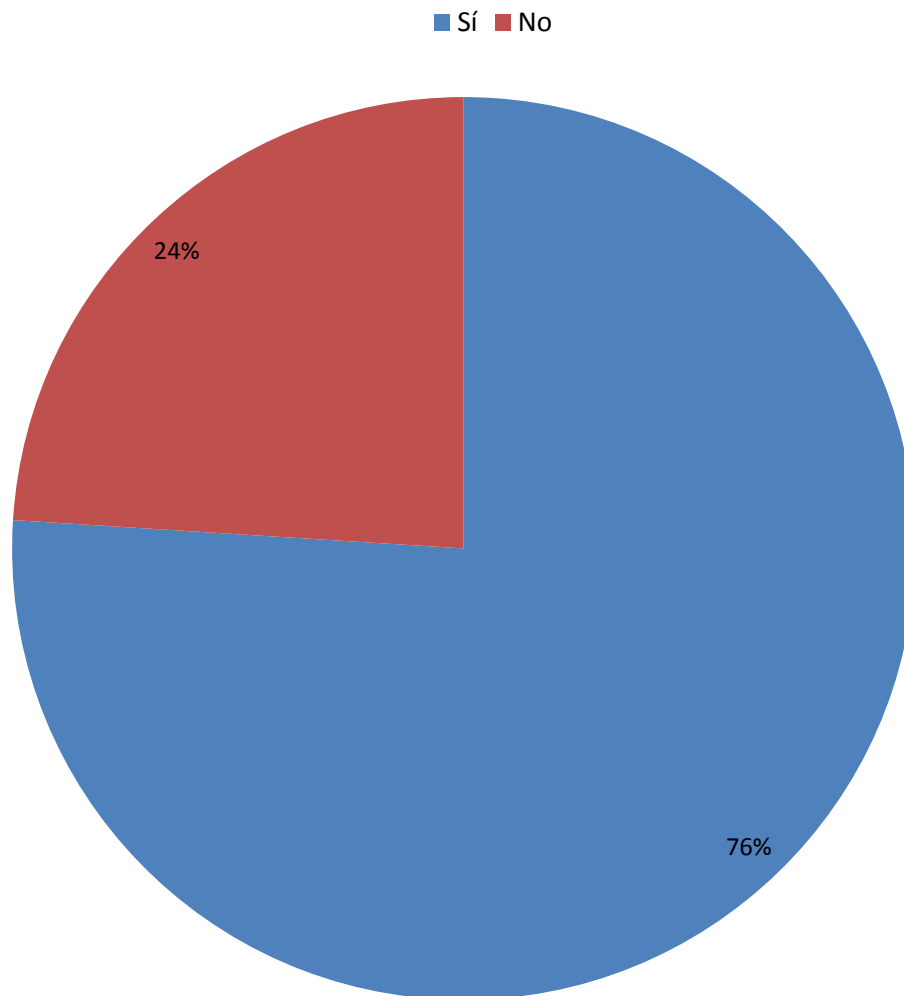
¿Reside cerca de su universidad?

■ Si ■ No



Esta gráfica expresa en números porcentuales, la cantidad de estudiantes que vive cerca del IES, y los que viven lejos. El 40% dijo vivir en lugares aledaños a las instalaciones de la universidad, mientras que el 60% dijo vivir lejos del IES.

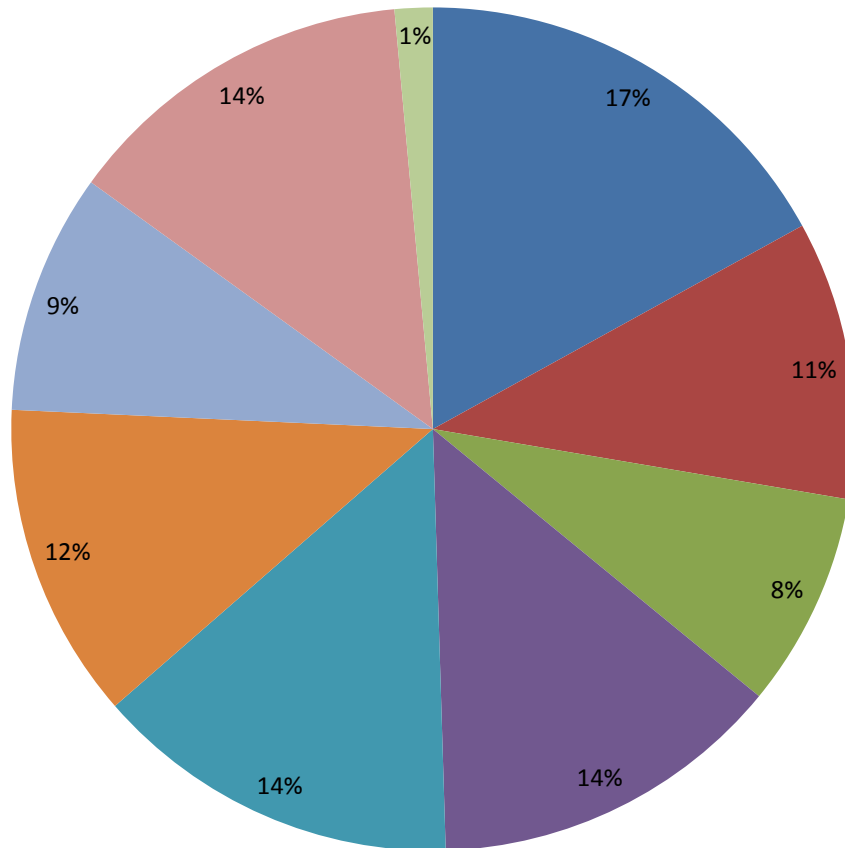
¿Le gustaría vivir en un apartamento hecho con botellas plásticas?



EL gráfico anterior expresa el porcentaje de estudiantes a los que les gustaría o no, vivir en apartamento hecho de materiales reciclados. La mayoría de los encuestados (76%) expresó que no tendría problema alguno de vivir en un lugar hecho de botellas PET.

¿Qué servicios le gustaría fuesen incluidos?

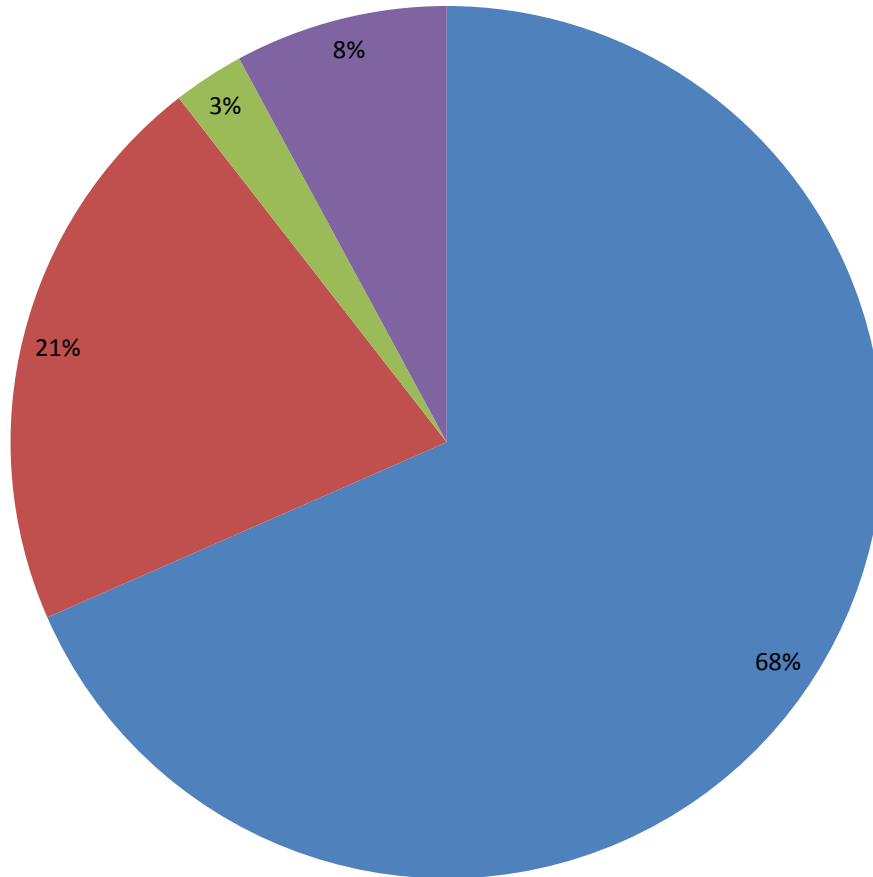
- Internet
- Teléfono
- Comida
- Agua
- Luz
- Área de lavandería
- Parqueo
- Seguridad
- Otro. Especifique (CABLE)



El gráfico de arriba muestra cuáles son los servicios de mayor importancia para los estudiantes en un apartamento. Los servicios que encabezan la lista son el internet, la luz y el agua, el internet y el área de lavandería.

¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar?

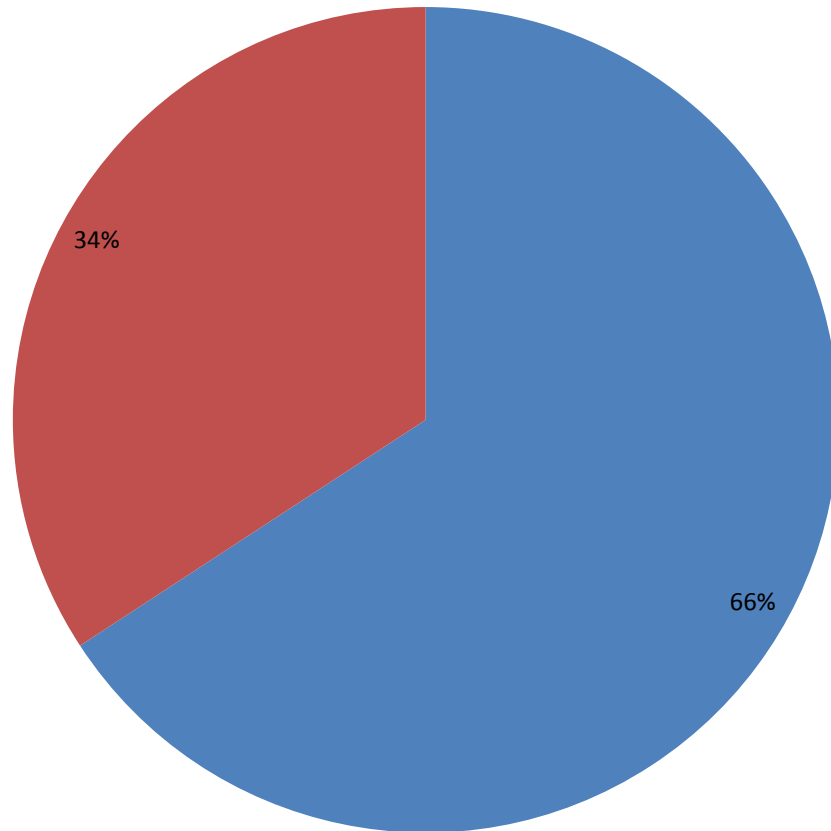
■ \$150 - \$200 ■ \$201 - \$300 ■ \$301 - \$400 ■ Otro. Especifique (\$100-140)



Arriba se presenta un gráfico de pastel que indica el rango de precios de alquiler que los estudiantes disponen a pagar por los apartamentos. El 68% está dispuesto a pagar de \$150 a \$200. Y el 21% puede pagar de \$201 a \$300. Mientras que el 8% desea pagar menos de \$150.

¿Qué dimensiones prefiere?

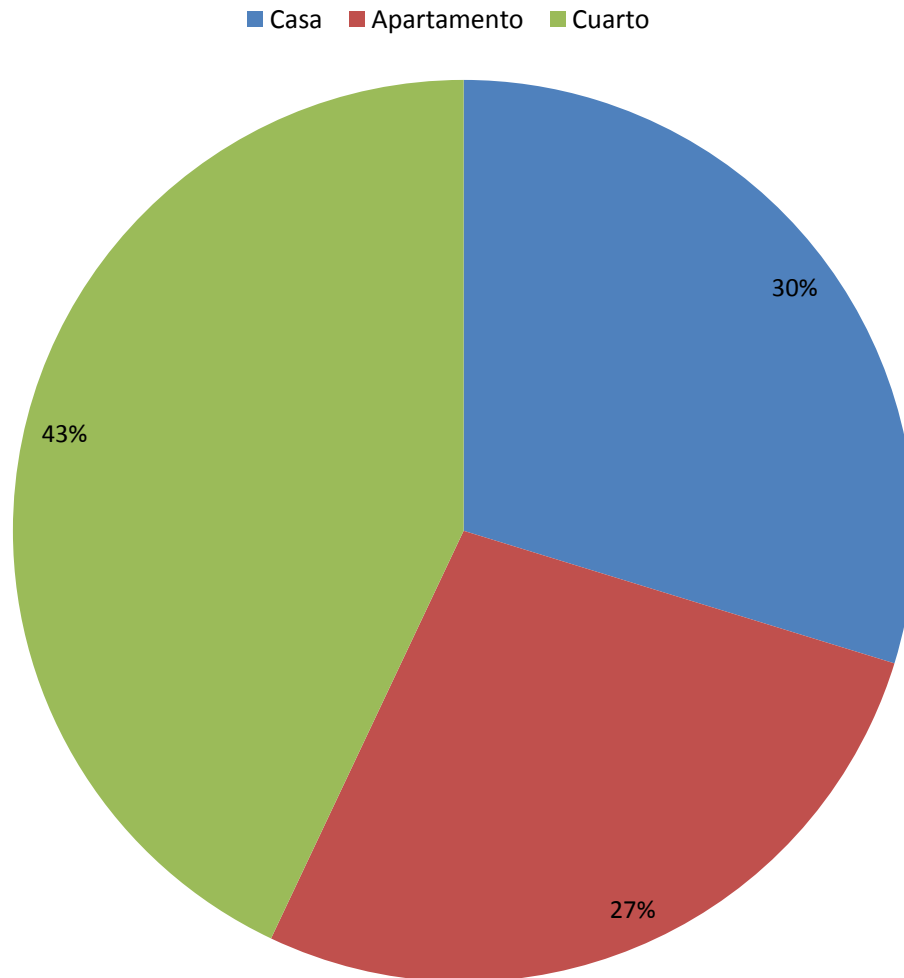
- 50 mts2. (1 dormitorio, 1 baño, cocina, sala comedor, área de lavandería)
- 70 mts2. (2 dormitorios, 1 baño, cocina, sala comedor, área de lavandería)



La gráfica anterior expresa la cantidad de estudiantes (en porcentaje) que seleccionaron las dimensiones de su preferencia (para el apartamento). El 66% prefiere un apartamento de sólo una habitación. Mientras que el 34% restante está a gusto con un apartamento con dos habitaciones.

n= 208 encuestas

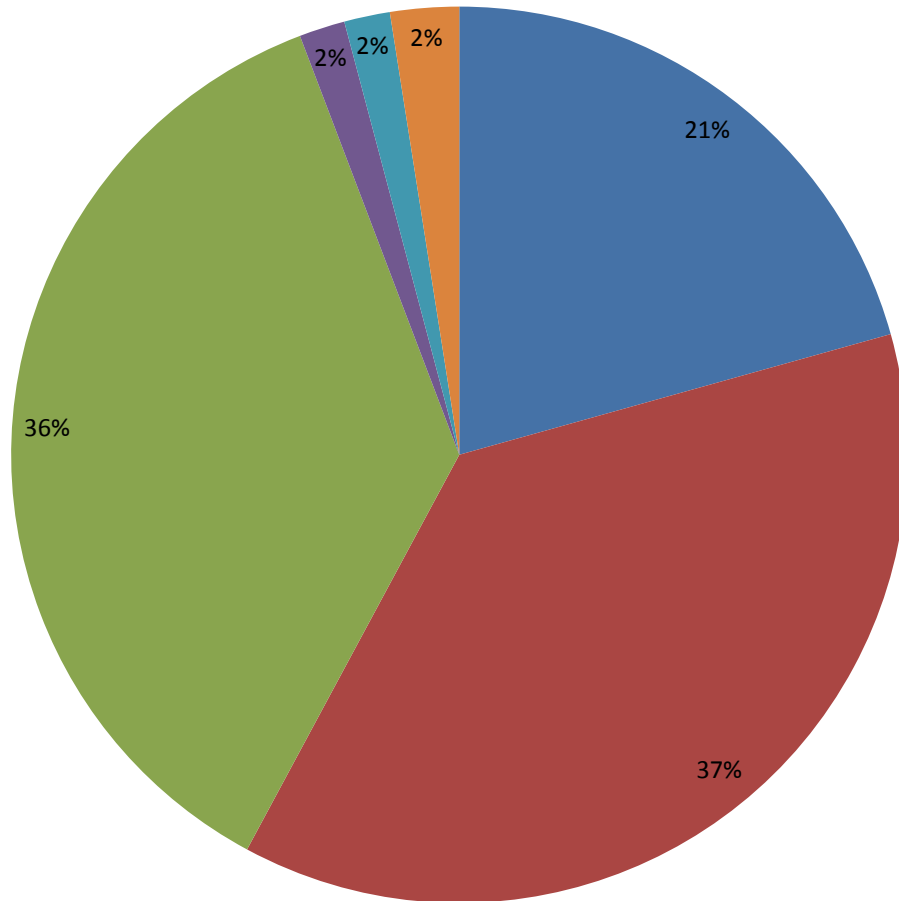
¿Qué tipo de inmueble alquila?



La gráfica de arriba muestra en qué porcentaje los estudiantes de los departamentos rentan distintos lugares para vivir durante el período lectivo. El mayor porcentaje corresponde al alquiler de cuarto (43%), seguido de la renta de casas que ocupa el 30%, y el 27% restante son los que alquilan apartamentos.

¿Cuánto paga?

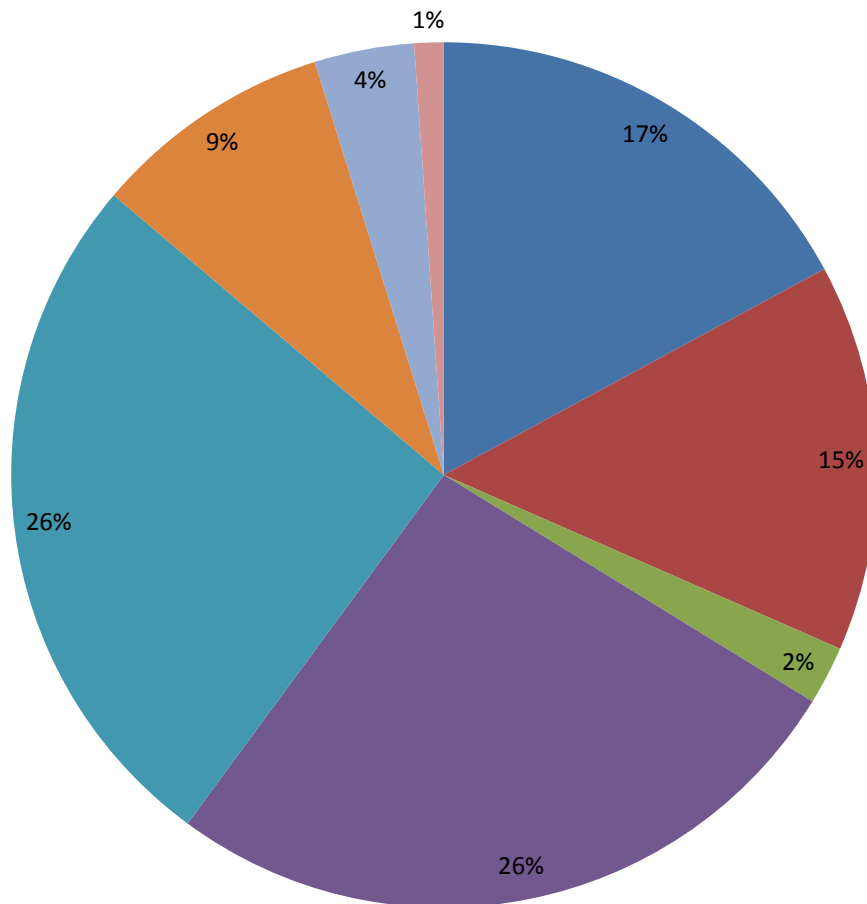
■ \$80 - \$100 ■ \$101 - \$200 ■ \$201 - \$300 ■ \$301 - \$400 ■ \$401 - \$500 ■ Otro. Especifique (MENOS DE \$80)



Este gráfico relaciona los rangos de precios de alquiler (en dólares) y el número de estudiantes que paga determinada cantidad. Los resultados se muestran en porcentajes. El 21% paga de \$80 a \$100, el 37% paga de \$101 a \$200 y el 36% de \$201 a \$300. El 10% de los encuestados pagan menos de \$80.

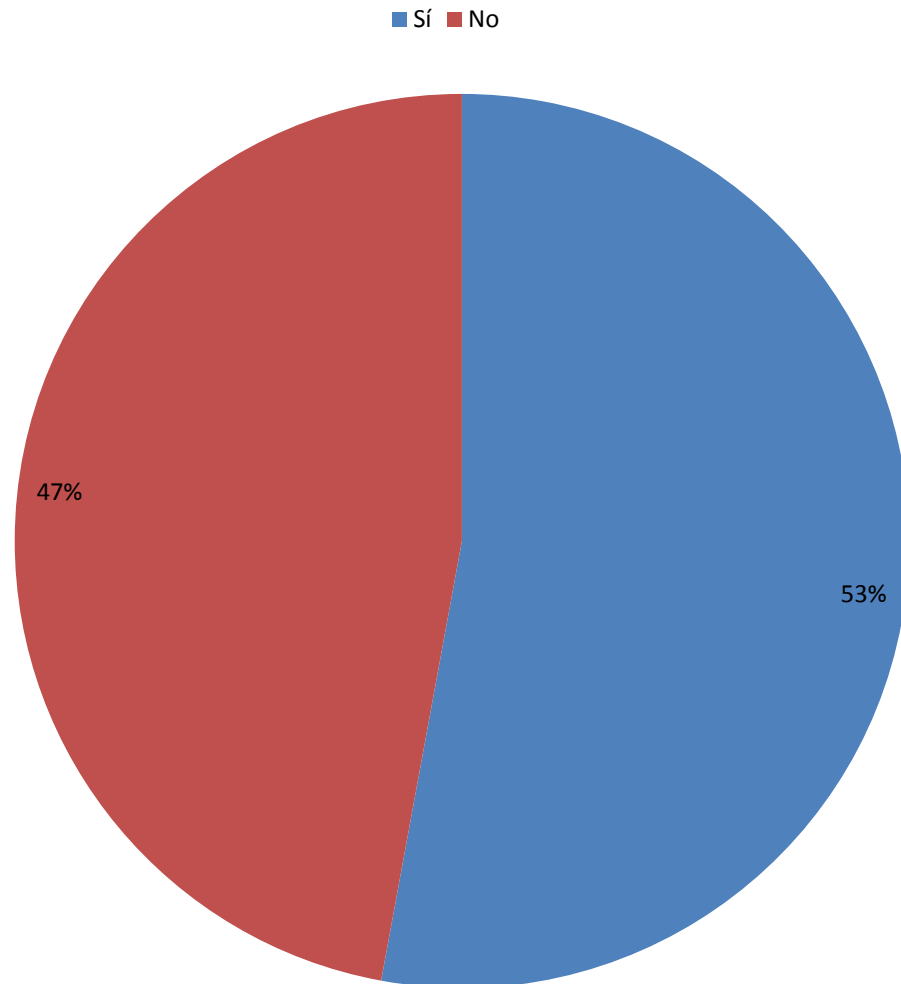
¿Qué servicios incluye?

- Internet
- Agua
- Parqueo
- Teléfono
- Luz
- Otro. Especifique (CABLE)
- Comida
- Área de lavandería



Este gráfico muestra en cantidades porcentuales los servicios incluidos en el alquiler de los inmuebles. Los servicios con mayores porcentajes fueron el agua y la luz. Seguidos del internet y el teléfono. Y en menor porcentaje el cable.

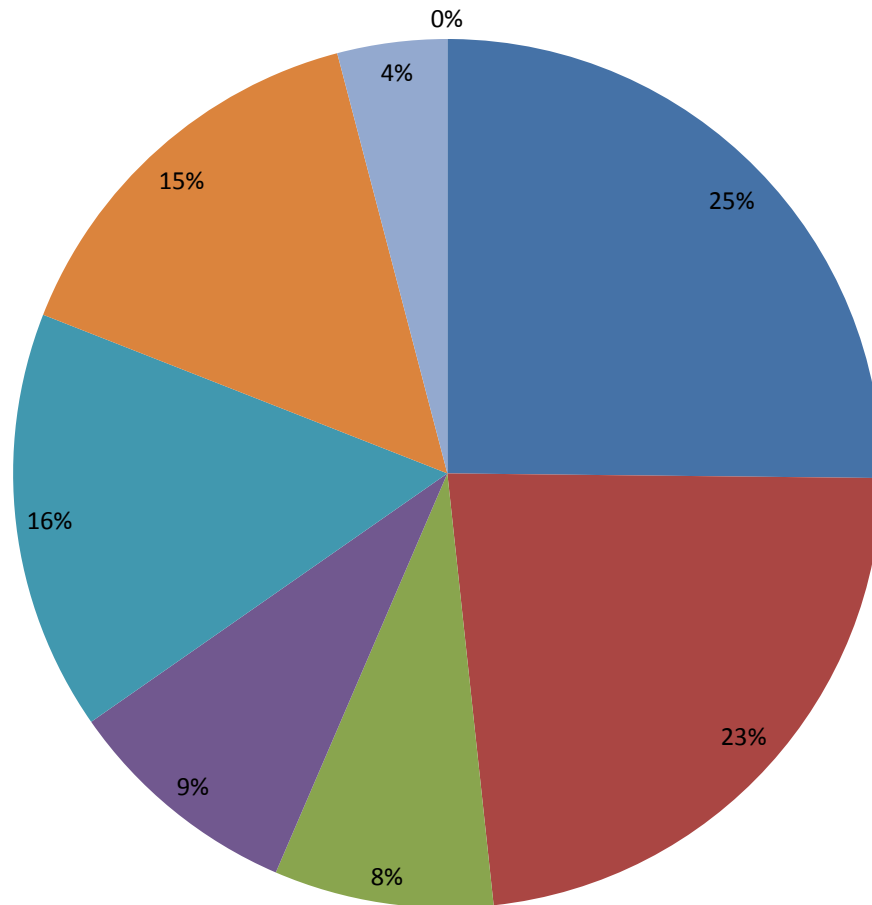
¿Se siente cómodo en el lugar donde reside?



La gráfica anterior expresa el porcentaje de estudiantes que se siente a gusto alquilando el inmueble de su preferencia. El 53% de los encuestados expresó que si se siente cómodo. Mientras que sólo el 47% restante manifestó incomodidad.

¿Cuáles son las limitaciones de vivir ahí?

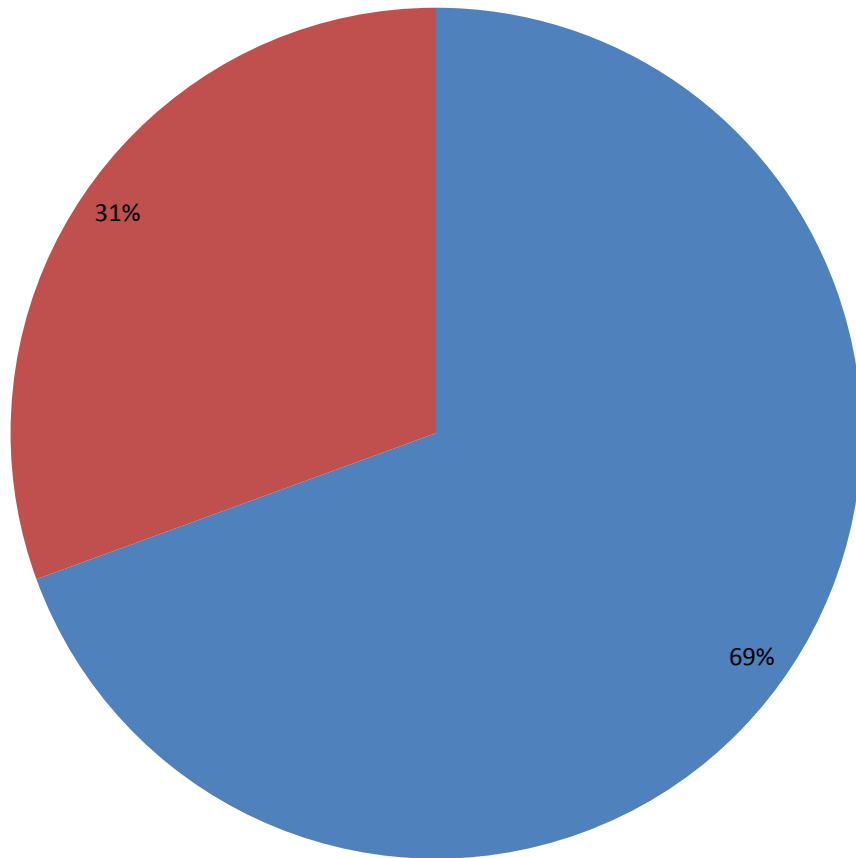
- Espacio suficiente
- Privacidad
- Entrada independiente
- Horario de entrada/salida
- Problemas de agua, luz
- Seguridad
- Otro. Especifique



El pastel anterior relaciona el porcentaje de estudiantes que dice sufrir de las limitaciones mencionadas en la encuesta. Los problemas más comunes que sufren los estudiantes son la falta de privacidad, no hay espacio suficiente, y problemas de agua y luz. En menor porcentaje se encuentran los problemas con dueños del inmueble.

¿Reside cerca de su universidad?

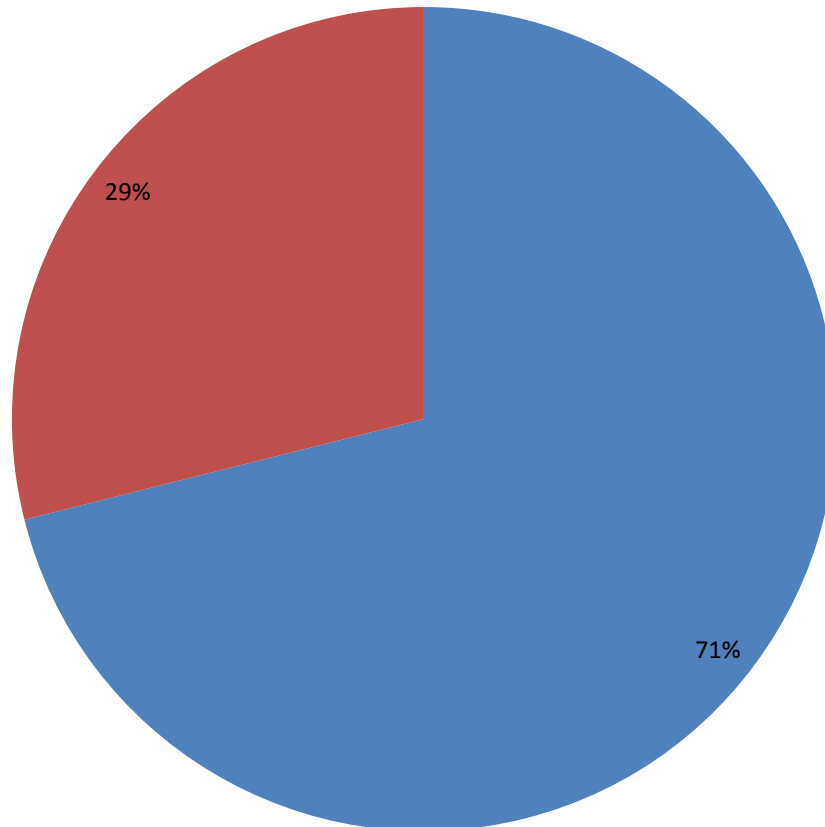
■ Si ■ No



El gráfico anterior expresa en números porcentuales, la cantidad de estudiantes que vive cerca de la UCA, y los que viven lejos. El 69% dijo vivir en lugares aledaños a las instalaciones de la universidad, mientras que el 31% dijo vivir lejos de la UCA.

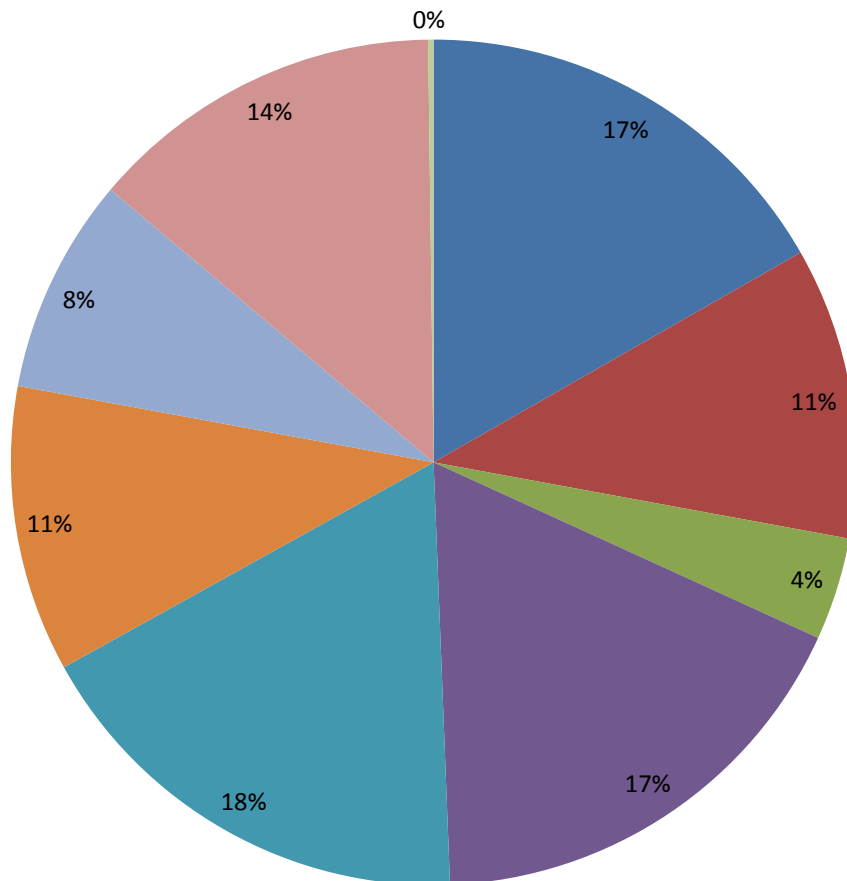
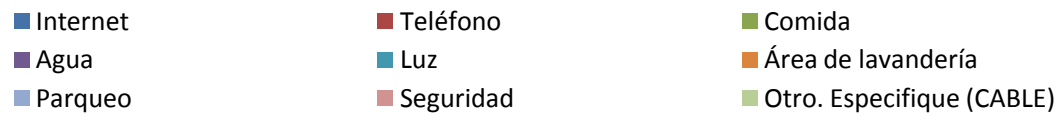
¿Le gustaría vivir en un apartamento hecho con botellas plásticas?

■ Sí ■ No



Este gráfico de pastel expresa el porcentaje de estudiantes a los que les gustaría o no, vivir en apartamento hecho de materiales reciclados. La mayoría de los encuestados (71%) expresó que no tendría problema alguno de vivir en un lugar hecho de botellas PET.

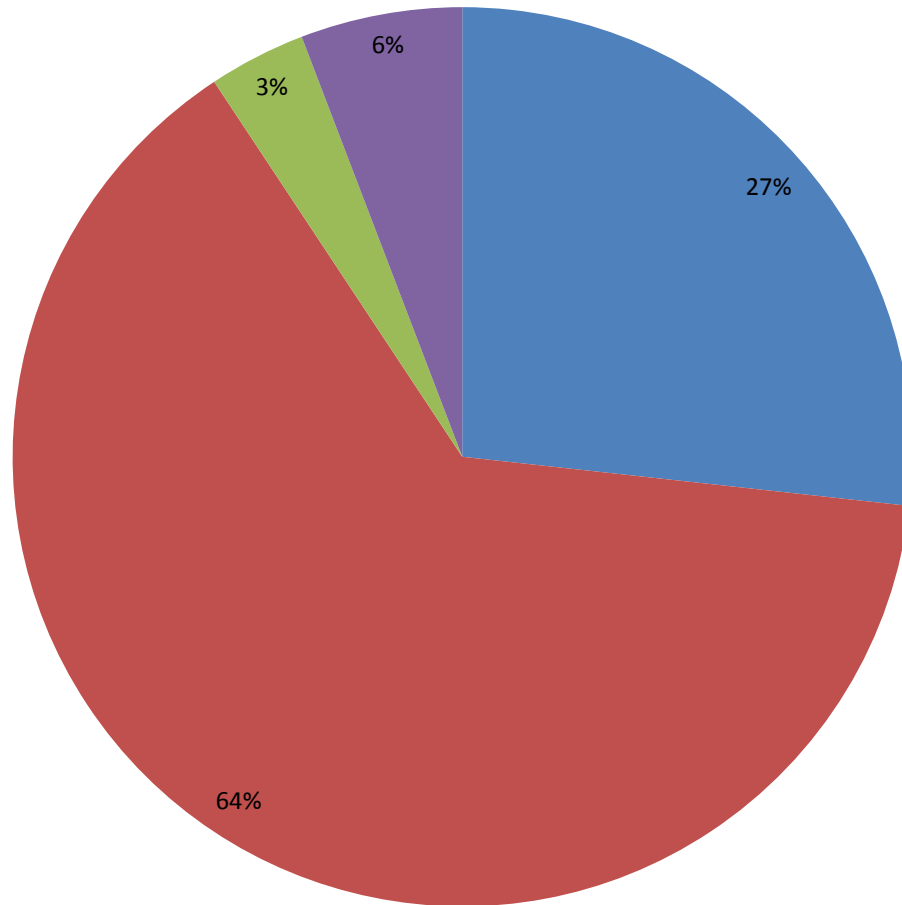
¿Qué servicios le gustaría fuesen incluidos?



Arriba se presenta una gráfica que muestra cuáles son los servicios que los estudiantes consideran necesarios para acondicionar un apartamento. Los servicios que encabezan la lista son la luz y el agua, el internet y la seguridad. Los que tienen menores porcentajes y el cable y la comida.

¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar?

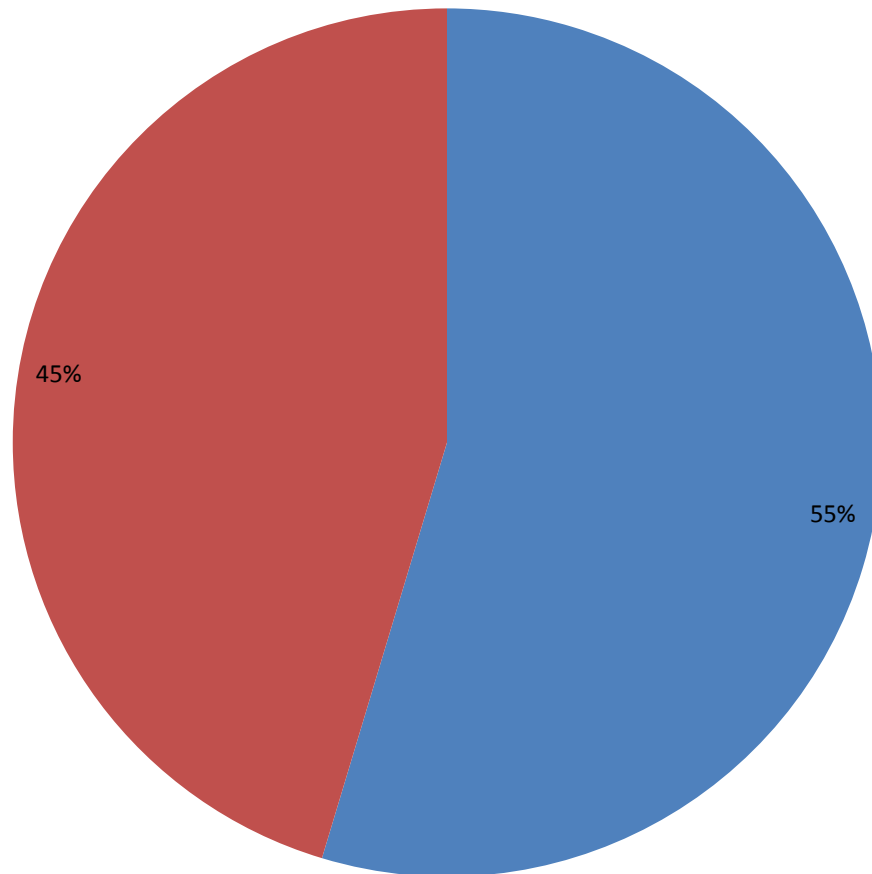
■ \$150 - \$200 ■ \$201 - \$300 ■ \$301 - \$400 ■ Otro. Especifique (\$100 O MENOS)



El pastel anterior indica el rango de precios de alquiler que los estudiantes disponen a pagar por los apartamentos. EL 27% está dispuesto a pagar de \$150 a \$200. Y el 64% puede pagar de \$201 a \$300. Sólo el 6% desea pagar menos de \$100.

¿Qué dimensiones prefiere?

- 50 mts2. (1 dormitorio, 1 baño, cocina, sala comedor, área de lavandería)
- 70 mts2. (2 dormitorios, 1 baño, cocina, sala comedor, área de lavandería)



La gráfica de arriba expresa la cantidad de estudiantes (en porcentaje) que seleccionaron las dimensiones de su preferencia (para el apartamento). El 55% prefiere un apartamento de sólo una habitación. Mientras que el 45% restante está a gusto con un apartamento con dos habitaciones.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO

Observamos que nuestro proyecto tuvo más aceptación en la UCA y el IES ya que ellos tenían más nociones sobre la construcción con este tipo de material. Además, luego de ir reduciendo las muestras con nuestras variables de selección, comprobamos que ambas universidades tienen mayor número de clientes potenciales que la UAM.

Finalmente, decidimos que el condominio estará ubicado en alguna localidad cercana a esta zona. Puede ser en:

- Los Robles
- Planes de Altamira
- Repto. San Juan
- Bolonia
- Colegio Americano

También, se concretó que ambas dimensiones de apartamentos existirán en el condominio, dado que tanto el de 50mts² como el de 70mts² tienen aproximadamente la misma preferencia por parte de los estudiantes universitarios.

CONSUMO APARENTE

El cálculo del consumo aparente de nuestro producto/servicio se realizó primeramente determinando qué universidad(es) presentaban la mayor demanda de nuestros servicios, es decir, determinamos el porcentaje de estudiantes que afirmó que rentarían nuestros apartamentos. Posteriormente, se redujo ese número mediante la variable de precios, o sea, cuánto dinero estaban dispuestos a pagar los universitarios por el servicio de alquiler de los apartamentos; el rango de precios se eligió en base a los objetivos de nuestra empresa.

Se concluyó que el consumo aparente de APARECO corresponde a todos aquellos estudiantes de la Universidad Centroamericana (UCA) e Instituto de Estudios Superiores (IES) que respondieron que sí harían uso de nuestros servicios y estarían dispuestos a pagar entre \$200 y \$300 en concepto de renta de los apartamentos. Esta población equivale a 3,400 estudiantes universitarios.

DEMANDA POTENCIAL

De acuerdo al consumo aparente, nuestros clientes potenciales totales son 3,400 estudiantes, los cuales anualmente corresponden a 680 universitarios. En el primer año de funcionamiento de APARECO, decidimos atacar el 3% de esta demanda que equivale al alquiler de 20 apartamentos.

Durante el mediano plazo, es nuestra meta poder abarcar el doble de la demanda, es decir el 6% del mercado potencial, por lo que se construirán y alquilarán otros 20 apartamentos. Finalmente, a la largo plazo, debido al crecimiento de la demanda, nuestro objetivo es abarcar el 12% del mercado, es decir que, gradualmente iremos duplicando nuestra cartera de clientes.

PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA

Ya que el segmento del mercado al que queremos atacar son los estudiantes de 17 a 24 años de las diferentes universidades, y el servicio que estamos ofertando es el alquiler de apartamentos; nuestra competencia son todas las casas de familia que alquilan cuartos a estudiantes, condominios de apartamentos edificados con los materiales de construcción tradicionales y las casas que estén en renta. Todos ubicados en los alrededores de nuestro condominio.

En el siguiente cuadro detallaremos el nombre de estos, la principal ventaja competitiva sobre nosotros, y las acciones a implementar para contrarrestar cada una de estas amenazas.

Nombre del competidor	Ubicación	Principal ventaja	Acciones para posicionarse
Casas de familia.	Alrededores de la UCA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación cercana a la universidad. ➤ Bajos costos de alquiler de los cuartos. ➤ Ambiente familiar. ➤ Proporcionan las camas para los estudiantes. 	Campañas informativas sobre el alquiler de nuestros apartamentos que destaquen nuestras ventajas sobre la competencia.
Condominio			

DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

Nuestro diseño de producto/servicio es el canal directo, del productor directamente al consumidor final, ya que consideramos que es muy importante en nuestro giro de negocio que mantengamos un contacto directo con los clientes y de esta forma crear relaciones redituables con ellos, haciéndolos sentir a gusto con nuestro producto y calidad del servicio, para que posteriormente sean fieles a nuestra empresa.

Tampoco haremos uso de intermediarios como bienes raíces para vender o promocionar nuestros apartamentos, ya que esto incurriría en nuestros costos y margen de ganancia, lo que no es viable para nuestra empresa, ya que nuestro propósito es tener precios más bajos y accesibles que nuestros competidores.

El sistema productor - consumidor final como anteriormente mencionábamos, nos proporciona varias ventajas como son: un solo canal de distribución, contacto directo con los clientes de

nuestro producto/servicio, sensibilidad inmediata a las reacciones del mercado, y mayor contribución marginal.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Nuestra principal estrategia de mercadotecnia es “Combinar y Trascender”, la cual consiste en combinar aspectos de una tendencia con atributos de la categoría de productos para producir ofertas radicales que trasciendan dicha categoría.

Si bien es cierto que nuestro giro de negocio es bienes raíces, los apartamentos que alquilaremos no serán contruidos con los materiales tradicionales. Nuestra principal característica a resaltar mediante las herramientas de marketing más eficaces será que ofrecemos apartamentos ecológicos a bajos precios de alquiler, que a pesar de no ser lujosos, logran satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindándoles confort.

Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas serán clasificadas dentro de las 4P de la mezcla de marketing: Producto, Plaza (distribución), Precio, y Promoción (comunicación); pero todas están basadas en COMBINAR Y TRASCENDER.

ESTRATEGIA DE PRODUCTOS

- Destacar las características y atributos que nos diferencian de nuestros competidores y capten las tendencias del mercado, e incluir servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del producto/servicio.

ESTRETEGIAS PRECIOS BAJOS

- Lanzar al mercado un nuevo producto/servicio con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, y podamos tener una ventaja sobre los competidores y así ganarles mercado.

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- Dar a conocer e informar las ventajas diferenciales de nuestro producto/servicio a los consumidores, mediante nuestra participación en ferias en las universidades y colegios, publicidad impresa y electrónica, etc.; y de esta manera persuadirlos e inducir su compra o adquisición del mismo.
- También, la campaña publicitaria será acompañada con promociones de descuentos para los estudiantes.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Implementaremos una estrategia de distribución exclusiva, es decir, que nuestro único punto de venta será dentro del condominio.

PROMOCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

Para publicitar nuestros apartamentos haremos uso de publicidad impresa: flyers, brochures, afiches, y también usaremos publicidad radial: viñetas de radio. De igual manera, como nuestro mercado meta es joven, activo y vanguardista; haremos uso de la herramienta de publicidad en línea, dando a conocer nuestra empresa a los estudiantes en las redes sociales Facebook y Twitter.

También queremos tener presencia en las universidades, haciendo ferias en donde los estudiantes puedan participar y aclarar sus dudas acerca de los apartamentos. Nosotros les presentaremos muestras de los muros de botellas plásticas, además de fotografías para que miren los acabados. Y brindaremos información tanto de los precios y servicios que incluye el alquiler, así como las propiedades y características (en cuánto a funcionalidad, seguridad, durabilidad, etc.) de estos apartamentos. Además, exploraremos la posibilidad de hacer alianzas con las universidades con el fin de ganar más clientes.

Asimismo, pretendemos visitar a los alumnos de bachillerato (4to y 5to año) de algunos colegios de los departamentos, para realizar un sondeo de cuántos estudiantes seguirán sus estudios universitarios en Managua e invitarlos a hacer uso de nuestros servicios de alquiler de apartamentos.

Por otro lado, para promocionarnos, daremos descuento sobre las primeras dos mensualidades si paga en efectivo, y a los primeros en alquilar los apartamentos se les dará un descuento de 10%.

VIÑETA DE RADIO: ¡¿Estás buscando un lugar cómodo, espacioso, que te brinde seguridad y privacidad, pero sobretodo que esté al alcance de tu bolsillo?! ¿Nosotros tenemos la solución! APARECO es un condominio de apartamentos hechos con botellas plásticas que sí responden a todas tus necesidades.

Llámanos al 22678307, visítanos en o bien, visítanos en Facebook o síguenos en Twitter.



Dirección:
De la rotonda
universitaria, 1 cuadra
al este y 1 al norte.



Correo Electrónico:
www.apareco.com.ni



Teléfono:
89881692



Apareco

Introducción

Somos una empresa de alquiler de apartamentos cuyo principal material son desechos inorgánicos, primordialmente botellas de plástico.

Este tipo de proyectos aún no se ha hecho en Nicaragua, pero en Honduras por ejemplo, ha tenido mucha aceptación por parte de la población debido a que está revolucionando la forma de emplear la "basura", y de esta forma contribuye con el medio ambiente.



Misión

Somos una empresa eco-amigable que mediante la construcción de viviendas con materiales reciclables y a bajos costos, logra hábitats que respondan a las necesidades de nuestros clientes en condiciones saludables, sostenibles e integradoras.

Visión

Nos proponemos seguir creciendo en el sector infraestructura realizando proyectos cada vez más ambiciosos, y que logren cumplir con las expectativas y las necesidades de los nuevos clientes.

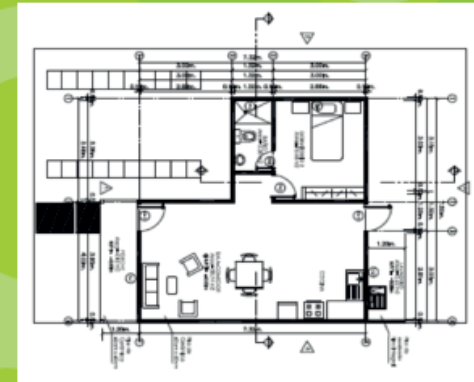
Valores

- Respeto
- Humanitarismo
- Trabajo en equipo
- Proactividad
- Responsabilidad

Una habitación

1 dormitorio, 1 baño, cocina, comedor, sala, área de lavandería.

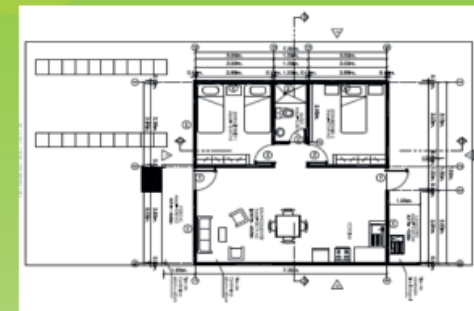
Precio: \$350



Dos habitación

2 dormitorios, 1 baño, cocina, comedor, sala, área de lavandería.

Precio: \$450



PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

- Nos daremos a conocer previamente mediante ferias realizadas en las distintas universidades de Managua.
- Distribución de flyers y afiches en las universidades.
- Viñetas de radio en las estaciones más juveniles.
- Vídeos de presentación de nuestro servicio en los cursos de inducción de nuestras universidades meta.
- También, por medio de las redes sociales Facebook y Twitter.
- Se acompañarán estas campañas con los descuentos anteriormente mencionados.

RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Algunos de los riesgos detectados en el análisis de mercado son los siguientes:

- Exceso de demanda y poca oferta.
- Muestra de encuestas no representativa.
- Mala segmentación de mercado.
- Que la idea sea objeto de robo.

La descripción de todos los riesgos descubiertos junto con las medidas o acciones a implementar por parte de APARECO para contrarrestar estos, están descritas a continuación:

Riesgos	Acciones a realizar
1. Que los apartamentos no sean del agrado de nuestro segmento meta.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar una sesión de grupo para determinar por qué no les gustan los apartamentos. ➤ Diseñar nuevos modelos de apartamentos. Remodelarlos.
2. Que la demanda sea demasiado alta y no logre satisfacer sus necesidades.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Construcción de nuevos apartamentos.
3. Que las encuestas no hayan sido representativas.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aplicar un segundo cuestionario.

4. Que no nos estemos dirigiendo al mercado meta correcto.	➤ Realizar una nueva investigación de mercado para determinar las fallas en nuestro plan de negocios y corregirlas.
5. Que otra empresa se copie de nuestro servicio y realice una campaña exitosa.	➤ Diseñar y desarrollar campañas informativas y persuasivas para atraer a los consumidores.
6. Perder clientes porque la competencia ofrece un mejor producto.	➤ Diseñar e implementar campañas persuasivas que mantengan la lealtad de nuestros clientes.

Por otro lado, algunas de las oportunidades que encontramos en el mercado fueron las siguientes:

- Innovación.
- Bajos precios de alquiler.
- Fácil acceso al mercado meta.

Por lo que las acciones que llevaremos a cabo para aprovecharlas están expuestas a continuación:

Oportunidades	Acciones a implementar
1. Es innovador, no existe en el mercado.	➤ Dar a conocer esta ventaja a través de campañas publicitarias efectivas.
2. Tiene precio accesible.	➤ Dar a conocer esta ventaja por medio de campañas publicitarias y promociones al consumidor final.
3. Los bajos costos de construcción de apartamentos.	➤ Aprovechar esta oportunidad y construir más apartamentos.
4. Nuestro mercado meta es muy accesible y amplio.	➤ Atacar a los clientes por medio de campañas publicitarias atractivas.

SISTEMA Y PLAN DE VENTAS

APARECO se dedica al alquiler de apartamentos (en condominio) cuyo mercado meta son los estudiantes universitarios de los departamentos que realizan sus estudios en la Universidad Centroamericana e Instituto de Estudios Superiores.

Nuestro producto/servicio lo brindaremos al consumidor final ofreciéndoles eficiencia y calidad en nuestro trabajo. Una vez que nuestro mercado tenga conocimiento de nuestro método de construcción y logremos la aceptación d éstos, el mismo cliente solicitaría nuestros servicios visitándonos en nuestras oficinas o llamándonos, o bien en nuestra página de Facebook y Twitter; y nosotros con gusto les brindaríamos la información que soliciten acerca del condominio.

Se invertirá en publicidad para darnos a conocer y poco a poco irnos posicionando en la mente del consumidor, logrando desplazar a nuestros competidores. A largo plazo, cuando nuestros ingresos sean mayores, invertiremos más en publicidad para recordarles a los clientes de nuestros servicios.

IV. PRODUCCIÓN

OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

Objetivos a Corto Plazo:

- Construir 20 apartamentos en un periodo de un año. En el primer semestre se van a construir 10 apartamentos paralelamente, para los cuales se necesitaran la capacitación previa del personal que va a construir. Los otros 10 apartamentos se construían en el mismo lapso de tiempo, es decir en el semestre siguiente.

Objetivo a Mediano Plazo:

- Ampliar el condominio con 20 apartamentos adicionales, para tener un total de 40 apartamentos.

Objetivo a Largo Plazo:

- Empezar la construcción de otro condominio de 40 apartamentos, para tener dos condominios con 40 apartamentos respectivamente.

ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO/SERVICIO

APARECO es una empresa que se dedica al alquiler de apartamentos en forma de condominio, contruidos con botellas plásticas principalmente. El proyecto surge de la necesidad de los estudiantes universitarios provenientes de los distintos departamentos que residen en Managua, de tener un espacio propio que alquilen a bajo costo y que satisfaga sus necesidades mientras realizan sus estudios.

Una botella de plástico puede durar entre tres y cinco siglos antes de biodegradarse, y para aprovechar la espera, se le ha encontrado una nueva función: la de material durable, estable y resistente en la construcción de viviendas.

Nuestra propuesta presenta 2 modelos de apartamentos que cumplen con las características de espacio y comodidad que demandan nuestros clientes, y cumplen de igual manera con los requisitos funcionales de cualquier estructura habitable. El primero consta de 1 dormitorio, 1 baño, cocina, sala – comedor ; mientras que el segundo modelo tiene 2 dormitorios, 1 baño compartido, cocina, y sala – comedor.

El servicio de alquiler que presta APARECO a sus clientes incluye los siguientes servicios adicionales:

- **Servicios básicos:** El consumo de los servicios de agua potable irá incluidos en el precio de alquiler de los apartamentos, independientemente del consumo que los arrendatarios tengan de estos.
- **Vigilancia:** El servicio de vigilancia será brindado por la empresa “El Goliath”, la cual estará presente día y noche dentro del condominio, proporcionando cuatro vigilantes que estarán rondando las distintas áreas.
- **Wi-Fi:** La empresa que nos brindará el servicio de internet inalámbrico será Turbonet de Claro de 2G.
- **Parqueo:** Los apartamentos contarán con un espacio dentro del condominio para que los inquilinos ubiquen sus respectivos vehículos.
- **Servicio de lavandería:** El condominio cuenta con un área de lavandería ubicado céntricamente dentro del terreno para que los clientes puedan hacer uso de estos. Este local contará con tres lavadoras y tres secadoras. Pero este servicio no estará incluido dentro del precio de alquiler, sino que deben depositar el dinero en las máquinas correspondientes.
- **Cable:** Los apartamentos tendrán la posibilidad de gozar de televisión por cable.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de fabricación de los apartamentos inicia con la recolección de botellas plásticas, ya sea de color o transparentes, pero sin aplastar y con tapa; mayormente de 2 lts, o 1 ½ lts. Las botellas debido a sus propiedades físicas y químicas (uniformes en sus dimensiones), son incluso más fuertes que los bloques huecos convencionales, muy duraderas, flexibles y fácilmente adaptables a los métodos convencionales de construcción, según análisis de estudiantes filipinos de ingeniería.

Las botellas de 2 lts se utilizan en las paredes exteriores, mientras que las botellas de 1 ½ lts se emplean en la construcción de las paredes interiores (o divisiones), y para los baños y columnas se usan botellas de 600 ml. Para elaborar un metro cuadrado de construcción se necesitan 81 botellas de 2 lts. Un salón de 70 mts² necesita 5.833 botellas plásticas de 2 lts y 3.500 botellas plásticas de 600 ml. Las columnas o pilares (que son de forma circular) necesitan 40 botellas de 600 ml.

Cada botella de 2 litros, se rellena con 3 kgs. de tierra (escombros, piedritas, arena, adobe licuado, etc.) aproximadamente, que posteriormente se apilan y colocan prolijamente para construir las paredes. Luego las botellas se amarran entre sí haciendo una red, con las tapas y otro amarre en la base de la botella. La base se ata dando una vuelta con el lazo, cuando la colocamos, de igual manera los picos o tapas dando forma de un triángulo. Todo esto para dar soporte al armazón.

Pero además, las botellas se pegan entre sí con una mezcla hecha en base a 1 parte de cemento, 6 partes de arena y 0.5 de cal, con la finalidad de que tengan mayor firmeza y duración. Esta estructura minimiza la dependencia del concreto, sustituyéndolo por cal, un material amigable con el ambiente para producir cemento puzolánico. Luego se coloca una malla ciclón a ambos lados de la botella para darle más estabilidad al muro.

Se realizan las instalaciones de agua y cableado eléctrico. Se efectúan pequeños hoyos por los que insertan cañerías de tubos PVC entre los muros hechos con ladrillos de botellas, lo que sirve como respiradero. Esto reduce la necesidad de ventiladores eléctricos en el interior de los

apartamentos. Finalmente con la misma mezcla con la que se pegan las botellas entre si, se repella el muro para darle un acabado más fino.



DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO

La simbología básica para elaborar e interpretar el proceso de flujo de las operaciones de la empresa son las siguientes:

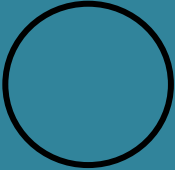


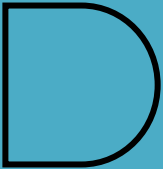

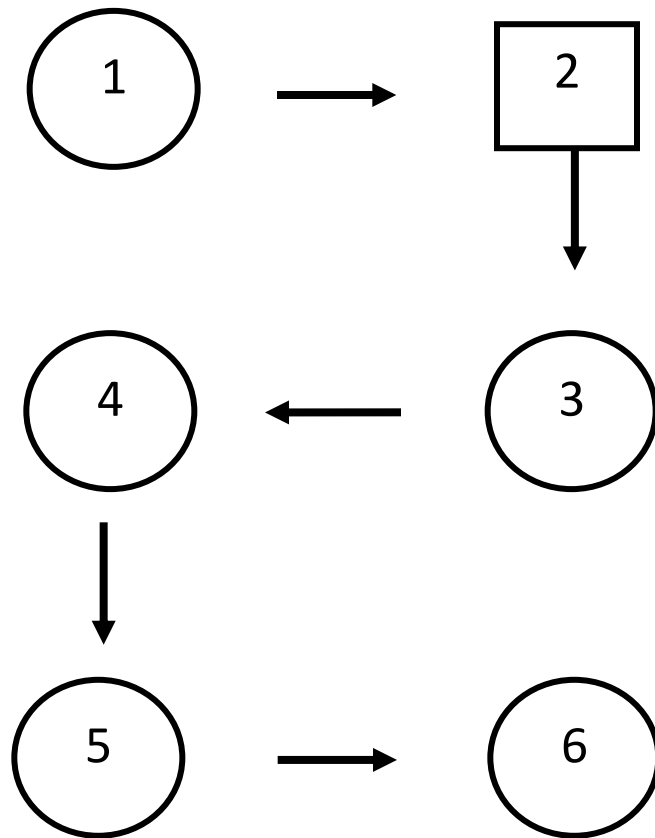
Símbolo	Término	Significado
	Operación	Actividad que implique cambio físico o químico (ensamble o des-ensamble).
	Inspección	Verificación de características contra estándares establecidos de calidad o cantidad.
	Transporte	Movimiento que no sea parte integral de operación o inspección.
	Retraso	Período de espera de un componente para operación, inspección o transporte posterior.
	Almacenamiento	Mantener producto o materia prima en almacén, para cuando se requiera.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO

1. Subcontratación de la empresa de construcción.
2. Inspección de los materiales de construcción.
3. Capacitación de los trabajadores sobre las botellas como material de construcción.
4. Construcción del apartamento.
5. Entrega del apartamento terminado.
6. Alquiler del apartamento.

SUBCONTRATACIÓN DE LA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN.

Se contratará a una empresa dedicada al área de construcciones verticales experta en el diseño y construcción de urbanizaciones, proyectos de vivienda etc., que sea reconocida tanto por la calidad de su trabajo y sus valores como empresa quebrinde confianza y seguridad al presente proyecto. La empresa que se decidió contratar es ACONSA (Asesoría Y Construcción S.A)

Esta se encargará también de comprar los materiales de construcción tales como cemento, techo, puertas, las botellas plásticas, arena etc. a las distintas empresas antes mencionadas.

INSPECCIÓN DE LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN.

Posteriormente se hará una inspección de los materiales de construcción para confirmar que cuenta con la calidad, cantidad y estándares que exigimos.

CAPACITACIÓN DE LOS TRABAJADORES SOBRE LAS BOTELLAS COMO MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN.

Antes de que se inicie la construcción de nuestro proyecto de vivienda, hay que buscar la ayuda de un experto en la construcción con materiales reciclados, que les brinde conocimiento y guie a los trabajadores al momento de construir los apartamentos con dichos materiales.

CONSTRUCCIÓN DEL APARTAMENTO.

En este punto se da el inicio a la construcción de los apartamentos ya con todos los requerimientos necesarios, los materiales, y la mano de obra requerida.

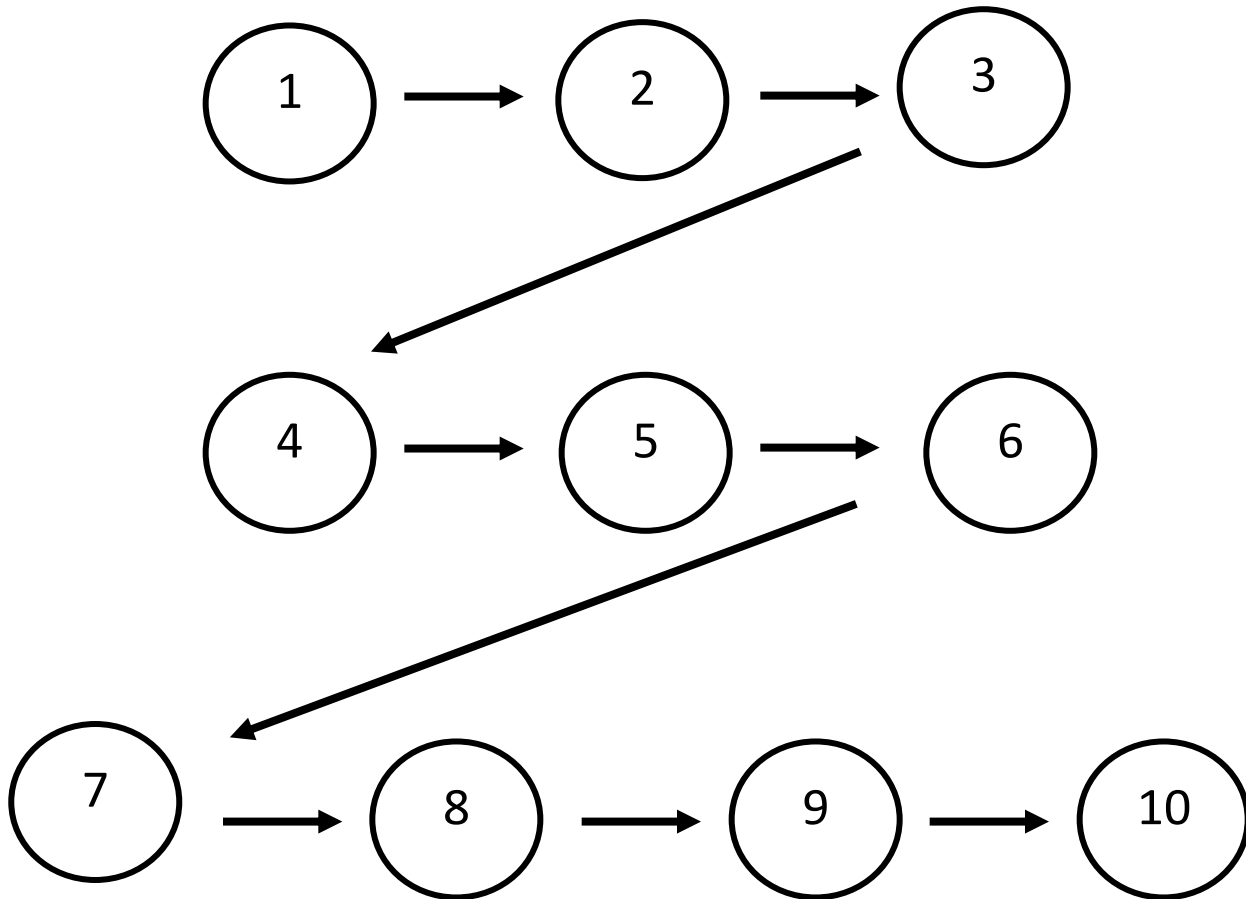
ENTREGA DEL APARTAMENTO TERMINADO.

Una vez finalizada la obra e inspeccionada al 100%, la empresa constructora hace la entrega oficial de los apartamentos ya listos para habitarse.

ALQUILER DEL APARTAMENTO.

Se prosigue a buscar los clientes potenciales que quieran habitar en nuestros nuevos apartamentos ecológicos (APARECO).

CONSTRUCCIÓN DEL APARTAMENTO (POR PARTE DE LA EMPRESA A CONSTRATAR)



1. Compactar el terreno.
2. Cavar medio metro, donde se construirán las paredes exteriores.
3. Llenado de las botellas.
4. Apilar y alinear las botellas.
5. Pegar cada fila de botellas con la mezcla.
6. Amarre de las botellas.
7. Colocar la malla a ambos extremos de las botellas.
8. Repellado de las paredes.

9. Colocación del techo.

10. Acabados de los apartamentos (ventanas, puertas, etc.)

COMPACTAR EL TERRENO.

Esto es preparar bien el terreno en el que se va construir. Remover la tierra necesaria para tener un nivel óptimo en el que se pueda hacer una buena edificación.

CAVAR MEDIO METRO, DONDE SE CONSTRUIRÁN LAS PAREDES EXTERIORES.

LLENADO DE LAS BOTELLAS.

Se deben de llenar las botellas hasta el máximo de cada uno de los siguientes materiales; arena, tierra, escombros etc. hay que cerciorarse de que todo esté bien compactado y de que las botellas vayan con sus respectivas tapas.

APILAR Y ALINEAR LAS BOTELLAS.

Una vez que las botellas están llenas de lo anteriormente mencionado, se deben de colocar unas encima de otras hasta formar un buen grupo de botellas

PEGAR CADA FILA DE BOTELLAS CON LA MEZCLA.

Para darle una mejor seguridad a la construcción y evitar que las botellas se muevan, a cada fila de botella se le debe aplicar una mezcla de cemento.

AMARRE DE LAS BOTELLAS.

Se amarran las botellas unas a otros, desde las tapas de las botellas y en la base de la misma. Esto para darle más fortaleza a la construcción.

COLOCAR LA MALLA A AMBOS EXTREMOS DE LAS BOTELLAS.

Una vez que se han amarrado las botellas y el muro esta sólido, se debe una malla ciclón a ambos lados del muro.

REPELLADO DE LAS PAREDES.

Una vez que se ha colocado la malla ciclón se puede repellar las paredes para darle una forma lisa y sólida y ocultar las botellas plásticas.

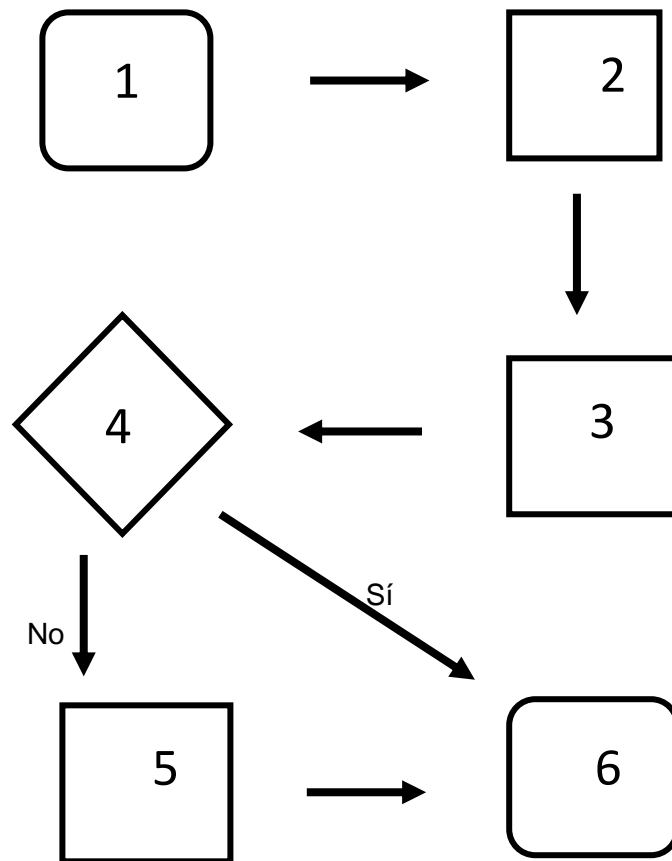
COLOCACIÓN DEL TECHO.

Se debe colocar la estructura formada por perlines en la cual va a ir montado el techo de zinc rojo. Al momento de instalar el techo (las láminas) se debe tener mucho cuidado personal para no cortarse. Y también hay que asegurarse de que las láminas estén bien sujetas a los perlines para que estén rígidas y no se muevan por los vientos, lluvia etc.

ACABADOS DE LOS APARTAMENTOS (VENTANAS, PUERTAS, ETC.)

Ya por último para darle forma y vida a los apartamentos se colocaran las puertas, ventanas, chineros, se pintaran las paredes todo para que los apartamentos estén listos y sean del agrado del cliente.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO



1. El cliente se contacta con nosotros y se hace una cita.
2. Se les brinda información sobre los apartamentos.
3. Se realiza un recorrido por las instalaciones.
4. El cliente toma una decisión.
5. El vendedor trata de persuadir al cliente.
6. Se firma el contrato de arrendamiento.

EL CLIENTE SE CONTACTA CON NOSOTROS.

El cliente que se encuentra interesado en adquirir este servicio de alquiler tiene la opción de contactarse con nosotros por medio de teléfono, redes sociales (Facebook y Twitter) o bien escribiéndonos a nuestro correos electrónicos, y la persona de ventas se encargará de programar una cita con dicho cliente.

SE LE BRINDA LA INFORMACIÓN SOBRE EL CONDOMINIO.

Una vez hecho el primer contacto con los clientes, muy amablemente se les brindará toda la información necesaria que necesite saber respecto a los apartamentos y de los servicios que APARECO ofrece. También, en esta parte se explicará brevemente las políticas del condominio.

SE REALIZA UN RECORRIDO POR LAS INSTALACIONES.

Luego de la breve introducción de lo que es APARECO, se realiza un recorrido por el condominio para que el cliente conozca más a detalle lo que la empresa se compromete a brindarles.

EL CLIENTE TOMA UNA DECISIÓN.

El futuro cliente toma la decisión de alquilar o no los apartamentos que APARECO ofrece al público.

EL VENDEDOR TRATA DE PERSUADIR AL CLIENTE.

Si el cliente decide no alquilar los apartamentos, el vendedor tratará de persuadir al cliente por medio de las ventajas competitivas y los beneficios que brinda APARECO, para finalmente proceder a la de firma del contrato de alquiler.

SE FIRMA EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO.

Para hacer formal y legal la compra de nuestro servicio se prosigue a la firma del contrato de arrendamiento.

MATERIA PRIMA

Nuestra empresa, subcontratará los servicios brindados por Asesoría y Construcción S.A (ACONSA), para la construcción de los apartamentos del condominio; cuyo contrato establecerá que esta empresa comprará todos los materiales de construcción y materia prima necesarios para la construcción de dichos bienes. Además, quedará a su criterio la maquinaria que utilizará y la cantidad de trabajadores que requerirá para cumplir con esta construcción.

Pero a continuación detallamos los principales materiales que se requieren para la construcción de los apartamentos de nuestro condominio:

- Botellas Plásticas

Es un envase ligero muy utilizado en la comercialización de bebidas y productos de limpieza del hogar. Sus ventajas respecto al vidrio son básicamente un precio menor y su versatilidad. Además, estos cumplen con los requerimientos estructurales de cualquier vivienda; son resistentes, visualmente atractivos y son amigables con el medio ambiente.



- Cemento

Es un conglomerante formado a partir de una mezcla de caliza y arcilla calcinadas y posteriormente molidas, que tiene la propiedad de endurecer al contacto con el agua. Mezclado con agregados pétreos (grava y arena) y agua, crea una mezcla uniforme, maleable y plástica que fragua y se endurece, adquiriendo consistencia pétreo, denominada hormigón o concreto.

El concreto es un material durable y resistente pero, dado que se trabaja en su forma líquida, prácticamente puede adquirir cualquier forma. Esta combinación de características es la razón principal por la que es un material de construcción tan popular para exteriores.



- Arena

La arena o las arenas, pues existen varios tipos en función de su textura y uso, se clasifican en tres grandes grupos: arena fina, arena media y arena gruesa. La arena en la construcción se utiliza para dar consistencia y conseguir la adherencia de otros materiales como son el mortero y el conglomerante. Esta es un material de construcción natural que se utilizan mezclados con otros compuestos para conseguir así materiales artificiales muy diversos y prácticos en la realización de obras de todo tipo.



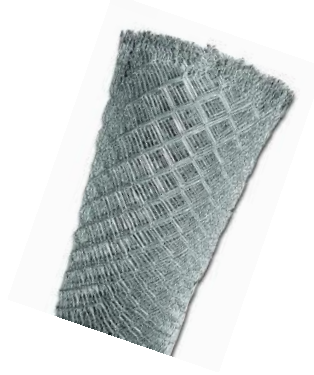
- Alambre de amarre

El alambre de amarre es producido con acero de bajo contenido de carbono y sometido a un proceso de recocido de normalización de forma que se puedan eliminar las tensiones internas, resultando un alambre muy flexible, de diámetro uniforme y un producto homogéneo. Este alambre se utilizará para amarrar los picos y las bases de las botellas para darle más firmeza al muro.



- Malla ciclón

Esta malla es ideal para la instalación de todo tipo de cercas ya que la misma está fabricada con alambres de alta resistencia. Su presentación compactada brinda practicidad, reduciendo los costos de transporte. Esta se utilizará para darle más estabilidad a la pared de botellas, la que posteriormente se repellará con cemento.



IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES

De igual manera, en este acápite se detalla la lista de todos los materiales que deberá comprar la empresa para entregarnos el producto terminado (los apartamentos con todos los acabados) que estará listo para alquilarse. Además, mediante esta cotización, podremos darnos una idea de cuál es el costo unitario de cada apartamento.

De acuerdo a una investigación y análisis previo de los posibles proveedores tanto de materia prima como de los demás materiales de construcción requeridos para llevar a cabo la construcción de los apartamentos, finalmente las siguientes empresas se eligieron como los proveedores de nuestra empresa:

Material	Proveedor	Precio	Calidad
Botellas Plásticas de 1.5 litros.	Reciclaje R & M	C\$ 3.00 la libra	Moderada
Botellas Plásticas de 500 ml.		C\$ 3.00 la libra	
Cemento.	Cemex	\$ 8.69 la bolsa	Alta
Malla ciclón.	Ferretería Central	\$ 6.23 por metro	Alta
Alambre de amarre.	Ferretería Central	\$ 1.95 por metro	Alta
Arena.	Artículos ferreteros Mendoza	\$ 0.65 por lata	Alta
Varillas de hierro de ½ pulgada.	Ferretería Central	\$ 1.15 por varilla	Alta
Arenilla.	Artículos ferreteros Mendoza	\$ 1.04 por balde	Alta
Cal.	Ferretería Central.	\$0.8 por libra	Alta
Perlines.	Ferretería Jenny	\$15 por unidad	Alta
Láminas de Poroplast (cielo raso).	Ferreteria Jenny	\$3.83 unidad	Alta
Pintura.	Pintura Sur	\$22 el balde	Alta

Láminas de niqualit (techo).	Ferretería Central	\$20 unidad	
Clavos de techo.	Ferretería Central	\$17 la lira	Alta
Lavaplatos.	Sinsa	\$60 unidad	Alta
Tubos PVC de 2 pulg.	Ferretería Central	\$4.25 unidad	Alta
Bujías económicas.	Pricesmart	\$17 six pack	Alta
Cables de electricidad.	Ferretería Central	\$25.53 50 mts	Alta
Ventanas de Vidrio con aluminio.	Oriental	\$ 217 por mt ² .	Moderada
Puertas de madera.	Masaya	\$27.98 unidad	Moderada
Tubos de aguas de negras.	Ferretería Central	\$8.51 unidad	Alta
Tubos de cañerías.	Ferretería Central	\$4.25 unidad	Alta
Lavamanos Ecoline Rojo Vino.	Ferretería Central	\$ 25.50	Alta
Inodoro Ecoline Rojo Vino.	Ferretería Central	\$ 66.00 unidad	Alta
Piso Rojo.	Ladrillería Toruño	\$0.25 unidad	Alta
Azulejos p/cocina de 20X25.	Ferretería Central	\$ 9.79	Alta
Azulejos p/baño de 25X30.	Ferretería Central	\$ 9.89	Alta
Cenefas.	Sinsa	\$ 5.75	Alta

Además se realizó una búsqueda de los proveedores de servicios necesarios para la entrega del servicio final, o sea, el alquiler de los apartamentos. Las empresas escogidas son las siguientes:

Servicio	Proveedor	Precio	Calidad
Construcción	ACONSA	\$8000	Alto
Agua	ENACAL	-	Alto
Cable	Claro	\$ 25	Alto
Vigilancia	El Goliat	\$ 700	Alto
Internet	Claro	\$ 70	Alto

CAPACIDAD INSTALADA

APARECO, subcontratará a una empresa constructora para que lleve a cabo la elaboración de los apartamentos, sin embargo como parte del contrato se plantea cuántos apartamentos deben elaborarse en determinado período. A continuación se especifica:

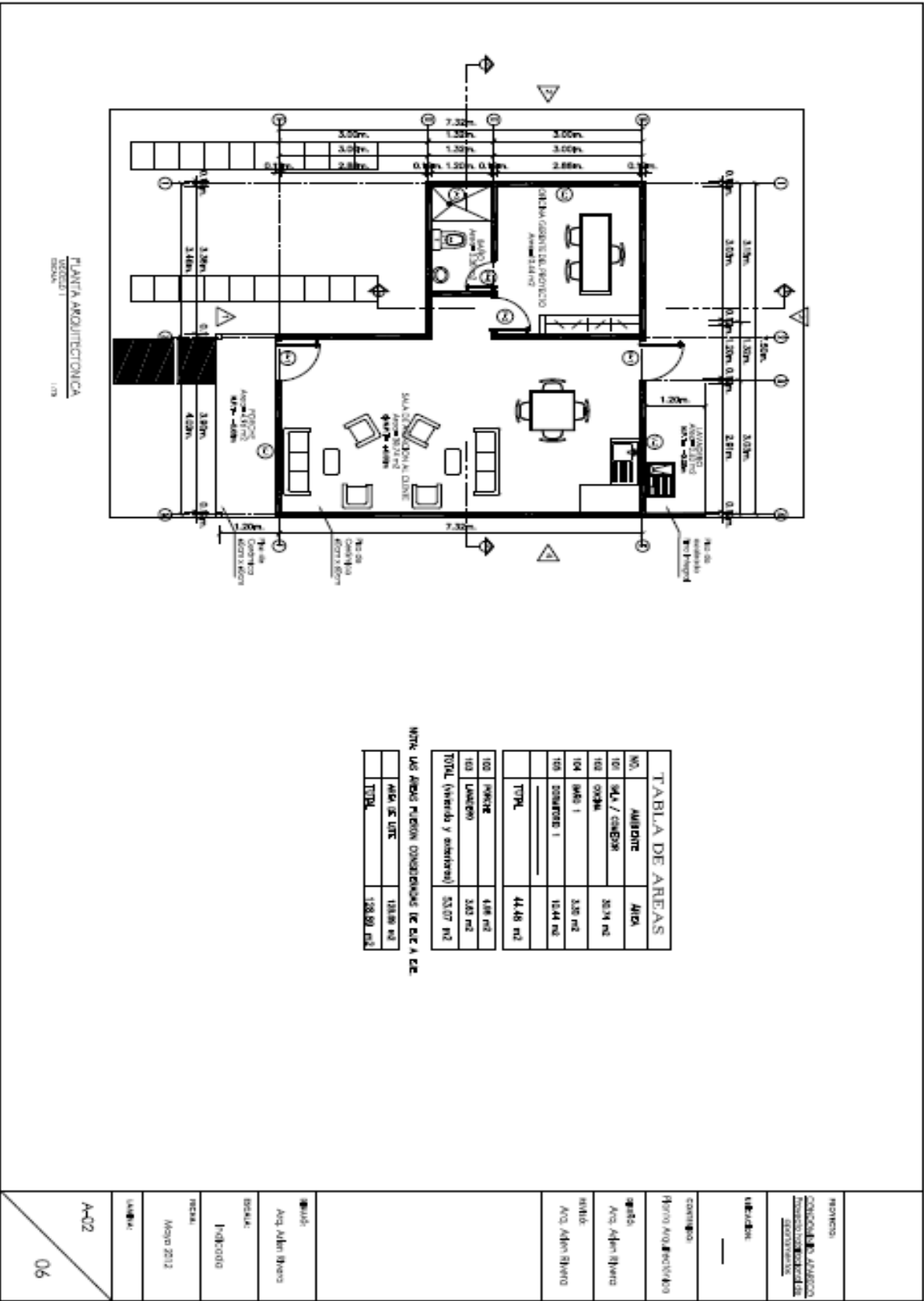
Período	Cantidad de Producto
3 meses	5 apartamentos
1 semestre	10 apartamentos
1 año	20 apartamentos

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

APARECO estará ubicado detrás del colegio Americano. Hemos decidido que nuestra empresa esté ubicada en este sector después de haber hecho todos los análisis de diferentes factores externos como lo son; los geográficos, sociales, institucionales etc. el análisis de estos datos nos indicaron que esta ubicación nos permitirá que los clientes nos prefieran antes que a la competencia ya que estamos ubicados cerca de dos grandes universidades como lo son UCA e IES, en donde se encuentra nuestro mercado meta.

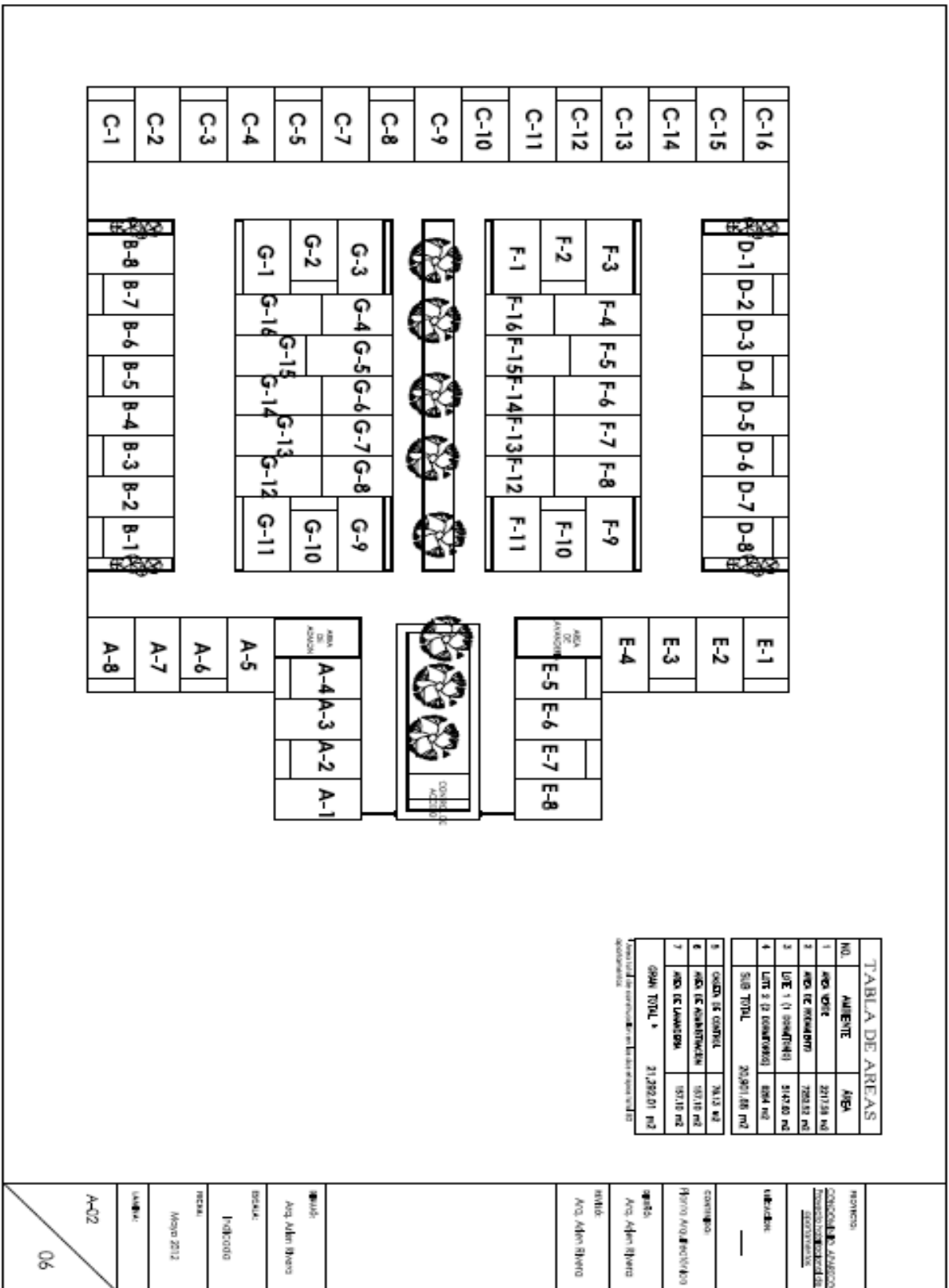
Lo anterior le permite a nuestros clientes (estudiantes) vivir cercano a sus Universidades y no incurrir demasiado en gastos de transportes. También porque cerca de ese sector están otros lugares públicos como lo son los centros comerciales (Camino de Oriente y Metrocentro) lo cual hace llamativo vivir u hospedarse en nuestros apartamentos. El área es bastante segura comparadas con otros sectores de la Capital.

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS



Nuestra oficina estará ubicada dentro del condominio, y es una réplica del modelo de apartamento de una sola habitación, es decir, que aunque esté acondicionada de manera distinta, está construida de los mismos materiales y tiene las mismas dimensiones.

PLANO DE CONJUNTO (DISTRIBUCIÓN DE LOS LOTES EN EL TERRENO)



MANO DE OBRA REQUERIDA

Como se mencionó anteriormente, se hará una subcontratación de la empresa Asesoría y Construcción S.A (ACONSA), de manera que ésta será la encargada de elaborar su matriz de mano de obra requerida, puesto que sólo ellos saben cuánto personal será necesario y qué habilidades se necesitan para llevar a cabo la construcción de nuestras viviendas, dependiendo de la maquinaria y el equipo a utilizar.

Pero al realizar un sondeo en el sector de construcción, se estimaron los siguientes datos de personal requerido para la construcción de un apartamento:

Servicio	No. De personas	Habilidad

En cuanto a los servicios adicionales que vamos a brindar, subcontrataremos las siguientes empresas de servicios:

Servicio	No. De personas/No. De aparatos	Empresa/Habilidad
Internet	3 módem	Claro
Seguridad/ Vigilancia	4	El Goliat
Jardinería	2	Experiencia mínima de 2 años en jardinería
Agua	-	ENACAL
Limpieza	2	MANUQUINSA
Cable	1 en cada casa	Claro

PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINUA

El proceso de mejora continua es un concepto que pretende mejorar los productos, servicios y procesos de las empresas; lo que conlleva a un incremento de la producción, y la estabilidad y mejoramiento del nivel de calidad de los productos o servicios.

Para lograr un incremento continuo en la calidad del producto/servicio debe haber un incremento en la eficiencia de las actividades operativas de nuestra empresa; por lo que APARECO tomará las siguientes medidas de mejora continua:

- Apoyo en la gestión de cada una de las actividades.
- Claridad y responsabilidad de las funciones de cada colaborador de la empresa.
- Motivaciones al trabajador.
- Capacitaciones a los operarios.
- Supervisión del buen estado de los materiales y herramientas.
- Supervisión periódica de las construcciones.
- Cumplir en tiempo y forma con la construcción de los apartamentos.
- Garantizar la entrega del producto/servicio en tiempo y forma.
- Elaborar encuestas de satisfacción al cliente durante el primer mes de su estadía y luego cada trimestre meses.

Además de las medidas anteriormente mencionadas, se implementará el modelo de mejoramiento continuo conocido como PREA, nos permitirá determinar qué actividades son eficientes y cuáles no son tan eficientes en el proceso productivo, para ir mejorando las debilidades.

El ciclo PREA de mejora continua se basa en los siguientes apartados:

- **PLANIFICAR**
 - Establecimiento de indicadores de control.
 - Establecimiento de objetivos a alcanzar.
 - Determinar las variables sujetas a medición.
- **REALIZAR**
 - Realizar las tareas planificadas en tiempo y forma.
 - Seguimiento de cada una de las actividades.

- EVALUAR
 - Supervisión de las actividades.
 - Comparación de los resultados con los objetivos.

- ACTUAR
 - Análisis de los datos obtenidos.
 - Retroalimentación.
 - Proponer alternativas de mejora.

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS

1. Presentación del Plan de Negocios: Revisión Final y corrección de la propuesta escrita final del Plan de Negocios.
2. Búsqueda y compra del terreno: Búsqueda minuciosa y compra del terreno que más se adapte a las características que busca el cliente y a nuestros objetivos.
3. Acondicionamiento del Área de Trabajo: Preparar las condiciones adecuadas tanto para almacenar los materiales de construcción como de la oficina de APARECO.
4. Selección de Proveedores: Hacer una lista, evaluar y seleccionar los proveedores según las variables de precios, accesibilidad y calidad.
5. Compra de materiales de construcción y materia prima: Hacer una lista de todos los materiales necesarios para la elaboración y acondicionamiento de los apartamentos.
6. Compra de muebles: Elección de muebles como escritorios, sillas, archivadores, mueble de computadora, etc. para nuestra oficina que más se adecúen a nuestras necesidades
7. Subcontratación de empresa constructora: Análisis y selección de la empresa que construirá los apartamentos con botellas plásticas.
8. Capacitación de personal: Capacitación previa de los obreros sobre el material de construcción básico de los apartamentos: botellas plásticas.

Actividad	Personal encargado	Período de realización
1. Presentación del plan de Negocios	Todos los miembros del grupo.	14 de Julio.
2. Búsqueda y compra del terreno.	Katheryn Rivera	15 al 20 de Julio.
3. Acondicionamiento del Área de Trabajo.	Luis Luna	21 de Julio al 10 de Agosto.
4. Selección de Proveedores.	Grethel Chamorro	15 de Julio al 20 de Julio.
5. Compra de materiales de construcción y materia prima.	Katheryn Rivera y Grethel Chamorro	21 de julio al 30 de Julio.
6. Compra de muebles.	Gabriela Arana	8 al 12 de Agosto.
7. Subcontratación de empresa constructora.	Gabriela Arana	15 al 20 de Julio.
8. Capacitación de personal de construcción.	Luis Luna	21 de Julio al 30 de Julio.

V. ORGANIZACIÓN

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

APARECO se plantea los siguientes objetivos organizacionales:

OBJETIVO ACORTO PAZO:

- Desarrollar un ambiente laboral seguro y estable para nuestros empleados y así estos puedan ejercer plenamente sus funciones de manera honesta y eficaz.

OBJETIVO A MEDIANO PLAZO:

- Motivar a los distintos colaboradores de la empresa para que se sientan parte de la misma y den una buena imagen de APARECO.

OBJETIVO A LARGO PLAZO:

- Aumentar la cantidad de colaboradores de la empresa para brindar un mejor servicio y atención más personalizada a nuestros clientes.

PROCESOS OPERATIVOS

El cuadro a continuación muestra las distintas áreas administrativas que conforman APARECO, los requisitos, las actividades o funciones que realiza cada uno de esos departamentos, así como la periodicidad de cada uno de estos:

DEPARTAMENTO	ACTIVIDADES	REQUISITOS	PERIODICIDAD
Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> -Evaluar el desempeño de las actividades por departamento de la empresa Manejar información administrativa y financiera Encargarse del área contable de la empresa Relaciones con los proveedores y contratación de personal 	<ul style="list-style-type: none"> -Mínimo 5 años de experiencia en gerencia general -Experiencia en gerencia administrativa -Conocimientos en el área financiera -Conocimientos en el área de mercadeo 	Diaria
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> Ejecutar un programa de ventas según fijación de metas Relaciones directas con los clientes Fijación de visitas al condominio con los clientes 	Experiencia en ventas	
Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> Supervisar el área de ventas de la empresa Fijar metas de venta Fijar metas de publicidad Desarrollar mezcla de marketing eficaz Elaborar planeación estratégica Seguimiento de la campaña de publicidad y ventas Promocionar el producto 	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia en mercadeo Experiencia en facturación Manejo de programas de diseño para elaboración de campañas publicitarias 	

PERFIL Y DESCRIPTOR DE PUESTOS

A continuación se presenta un cuadro que expresa de manera general cuáles son los puestos que se necesitan en la empresa, los requisitos de cada uno de ellos, así como las funciones que deberá desempeñar cada cargo:

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITOS	ACTIVIDADES	ESCALA JERARQUICA
Gerencia Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo 5 años de experiencia en gerencia general - Experiencia en gerencia administrativa - Conocimientos en el área financiera - Conocimientos en el área de mercadeo 	Relaciones con socios de la empresa y proveedores Realiza evaluaciones periódicas del cumplimiento de las funciones de los diversos departamentos Analizar las finanzas de la empresa Manejo de información administrativa y financiera	
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo 5 años de experiencia en gerencia de mercadeo - Experiencia en ventas - Conocimiento de facturación - Manejo de programas de diseño para elaborar la publicidad de la empresa 	Supervisar el área de ventas de la empresa Fijar metas de venta Fijar metas de publicidad Desarrollar mezcla de marketing eficaz Elaborar planeación estratégica Seguimiento de la campaña de publicidad y ventas	Gerencia General

El empleado de ventas será contratado por un periodo de tiempo determinado durante durante **el año 0, 2 y 4**.

Ahora se presenta de manera más detallada el perfil y descriptor de cada uno de los puestos de APARECO:

APARECO S.A.

PERFIL DEL PUESTO DE GERENTE ADMINISTRATIVO

Requerimientos de cobertura del puesto de trabajo

Nombre del puesto :	GERENTE ADMINISTRATIVO
Unidad de trabajo	Gerencia Corporativa
Fecha de la descripción	Junio 1, 212
Nombre del Analista	Katheryn Rivera
Motivo del análisis	Contratación
Informador	Comité Director

I.- Requerimientos del puesto de trabajo

Edad mínima: 25

Edad máxima: 50

Nacional preferida Indiferente pero mínimo 5 años de residir en Nicaragua

Edad Preferida: Indiferente

Sexo preferido: (X) Hombre () Mujer () No relevante

Procedencia geográfica aceptable :	Procedencia geográfica no aceptable :
Indiferente	Indiferente

Estado civil aceptable:

☐ Soltero (a)
 ☐ Casado (a)
 ☐ Separado (a)
 ☐ Divorciado (a)
 ☒ No relevante

II.- Aspectos organizativos

Disponibilidad: De horario y de realizar tareas que no sean específicamente gerenciales.

Indicar si se requiere un candidato con especial dedicación :

Dedicación especial () No (X) Sí

Licencia de conducir () No requiere

☐ ME ☐ O ☒ P

Vehículo propio:

(X) SI () NO

Sueldo aproximado bruto por mes

(Banda retributiva estimada como idónea para el puesto) \$650.

III. Formación

Formación básica requerida:

<input type="checkbox"/>	Enseñanza primaria	<input type="checkbox"/>	Colegio	<input type="checkbox"/>	Bachillerato
<input type="checkbox"/>	Perito mercantil	<input type="checkbox"/>	Inglés técnico	<input checked="" type="checkbox"/>	Licenciatura
<input type="checkbox"/>	Otros (Describir)	<input type="checkbox"/>	Especialidad	<input type="checkbox"/>	Especialidad
	Conocimientos de	X	Mercadeo		Finanzas
X	Paquetes Computo	X	Finanzas		MBA O MSC
		X	Administración		

Formación técnica requerida:
Conocimiento de la aplicación y utilización de Microsoft SPSS
Paquete de Microsoft Office
Sistema de Contabilidad Mónica (Básico)

<input type="checkbox"/> Muy alta	<input checked="" type="checkbox"/> Alta especialización	<input type="checkbox"/> Media especialización	<input type="checkbox"/> Baja especialización	<input type="checkbox"/> Muy especialización	<input type="checkbox"/> baja	<input type="checkbox"/> Sin especialización
-----------------------------------	--	--	---	--	-------------------------------	--

Idiomas requeridos: Aquellos que son imprescindibles para el correcto desempeño del puesto. Nivel de dominio necesario.
--

<input checked="" type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	<input type="checkbox"/> Otros
--	----------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

<p>Nivel (x) Pleno dominio en conversación técnica y de negocios</p> <p>Requerido: () Dominio alto para la interacción profesional</p> <p>() Manejo medio. Lectura y comprensión general</p> <p>() Manejo elemental</p>
--

IV.- Experiencia requerida para el puesto de trabajo

Experiencia previa requerida por el puesto de trabajo:

- Mínimo 5 años de experiencia como Gerente General
- Experiencia en Gerencia Administrativa
- Conocimientos en el área financiera
- Conocimientos en el área de mercadeo

Grado de desarrollo de la experiencia necesaria para el puesto :

☐ Muy desarrollada
 ☒ Bastante desarrollada
 ☐ Bajo desarrollo
 ☐ Muy bajo desarrollo
 ☐ Sin experiencia

Experiencia previa no aceptable :

Ha trabajado en empresas que hayan sido acusadas por lavado de dinero

V.- Responsabilidad

Excelentes relaciones humanas (interpersonales)

Relaciones con organismos gubernamentales y privados del sector

Relaciones excelentes con los socios de la empresa y multinacionales

Relaciones estrechas con los posibles proveedores

Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Designar todas las posiciones gerenciales.

Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.

Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.

Análisis de los aspectos financieros de todas las decisiones.

Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general (activos).

Ayudar a elaborar las decisiones específicas que se deban tomar y a elegir las fuentes y formas alternativas de fondos para financiar dichas inversiones. Las

variables de decisión incluyen fondos internos vs. Externos, fondos provenientes de deuda vs. Fondos aportados por los accionistas y financiamiento a largo plazo vs. Corto plazo.

Análisis de las cuentas específicas e individuales del balance general con el objeto de obtener información valiosa de la posición financiera de la compañía.

Análisis de las cuentas individuales del estado de resultados: ingresos y costos.

Control de costos con relación al valor producido, principalmente con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos un precio competitivo y rentable.

Análisis de los flujos de efectivo producidos en la operación del negocio.

Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma.

El gerente financiero interactúa con las otras gerencias funcionales para que la organización opere de manera eficiente, todas las decisiones de negocios que

tengan implicaciones financieras deberán ser consideradas.

Es el encargado de la elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes con un alto grado de probabilidad y certeza.

Negociación con proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos. Encargado de los aspectos financieros de todas las compras que se realizan en la empresa.

Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia.

Manejo de la relación con el proveedor del servicio de tercerización contable y auditores.

Encargado de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc.

Manejo del archivo administrativo y contable.

<i>Mando :</i>	
Nº de subordinados directos que el candidato debe haber mandado :	Características del trabajo de los subordinados :
10	Profesionales en sus áreas
	Gerentes de áreas
	Comité gerencial

VI.- Requerimientos del entorno social del puesto y otros factores			
Para adaptarse al jefe	Para adaptarse a los clientes más frecuentes e importantes	Para adaptarse a los compañeros y colegas	Para adaptarse a los proveedores más importantes.
Ser concreto, sencillo y práctico	Habilidad para negociar exitosamente	Buen compañero	Habilidad para negociar
Lenguaje sencillo, trato amable	Manejo excelente de relaciones publicas	Habilidad para negociar y delegar a sus colaboradores	Firmeza en la toma de decisiones
No orientado al estatus			
Capacidad para buscar alternativas de solución	Facilidad para hacer propuestas	Habilidad para comunicarse y trabajo en equipo	Integridad, solvencia moral
			Seriedad
Que evite la	Capacidad para toma	Credibilidad	

confrontación	de decisiones			
Discreto y hábil para manejar la incertidumbre	Amplio poder de convencimiento	Ser apoyador y brindar soporte a su equipo de trabajo		
No ser abusivo con el puesto		Consistente en la toma de decisiones		
Discernir en sus atribuciones y el alcance de sus decisiones		Predicar con el ejemplo		
		Ser líder		
		Estar siempre dispuesto a ayudarle a sus compañeros		
VII.- Aspectos ejecutivos				
Frecuencia :	Importancia	Normativa vigente	Patrimonio o alcance económico de las mismas	Alcance para seguridad de las personas / bienes
Constante toma de decisiones de corto, mediano y largo plazo	Decisiones críticas para el futuro de la empresa	Poca normativa, mucho juicio y criterio propio	Sus decisiones abarca la mayoría del patrimonio de la Corporación	Sus decisiones afectan a la mayoría de bienes y personas
Con mayor visión por el futuro de la empresa que por el corto plazo	Control Interno crítico			

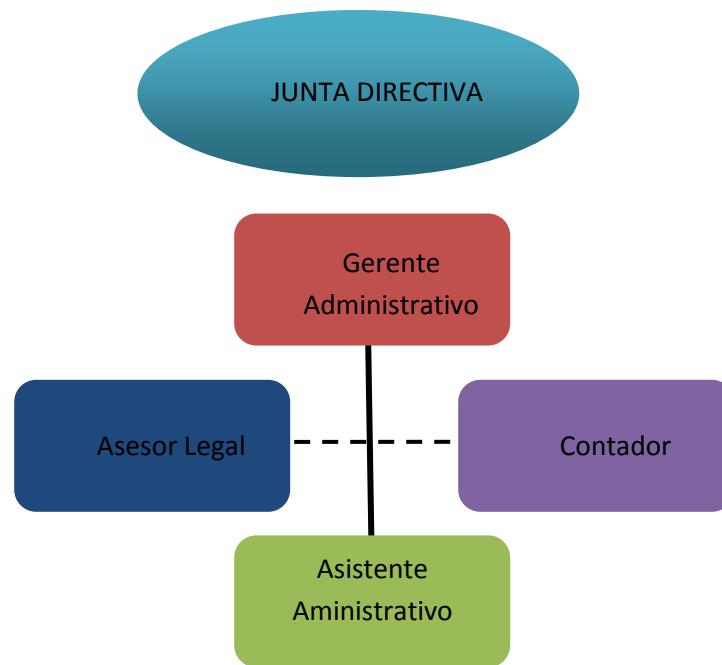
VIII.- Competencias conductuales		
Nº	Competencia :	Nivel de requerimiento
1	Negociación	Alta
2	Liderazgo participativo	Alto
3	Integridad	Alto
4	Consistencia	Alta
5	Visionario	Alta
6	Confianza en sí mismo	Alta
7	Sensibilidad social	Alta
8	Comparta conocimientos (entrenador)	Alto
9	Trabajo en Equipo	Alto
10	Orientado al Cliente	Alto
11	Disposición	Alto

IX.- Perfil motivacional requerido por el puesto	
Elementos del perfil motivacional :	Grado de requerimiento :
Necesidad de logro (reto) :	Alto
Necesidad de afiliación :	Medio
Necesidad de influencia sobre los demás:	Medio
Grado de autoconfianza	Alto
Sentido innovador	Alto
Grado de compromiso profesional :	Alto
Expectativas de promoción :	Medio

Expectativas de desarrollo profesional :	Alto
--	------

X.- Resumen de conclusiones sobre el perfil del candidato idóneo
<p>El gerente general debe ser una persona con aspiraciones de crecimiento tanto de la empresa como de los colaboradores, espíritu de lucha, perseverante y constante, con motivación para dirigir a sus compañeros, que tenga capacidad de analizar, de liderazgo, de trabajo arduo, que sepa comunicarse de la manera más eficaz, transmitir conocimientos, que pueda escuchar y observar, que posea espíritu crítico, estratega, y que tenga integridad moral y ética profesional.</p>

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



El organigrama de APARECO es un modelo sencillo jerárquico, en donde la autoridad superior serán los socios, seguido del Gerente General y el Gerente de Mercadeo, éste último tendrá a su cargo al recepcionista.

También, como parte del organigrama están el Contador y un Asesor Legal, a los cuales APARECO les pagará por los servicios prestados cuando sea necesario.

RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Es un conjunto de procedimientos orientado a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de una organización. Es en esencia un sistema de información mediante el cual la organización divulga y ofrece al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo que pretende llenar. El reclutamiento es el proceso de identificar e interesar a candidatos capacitados para llenar una vacante.

Se decidió reclutar el personal por medio de anuncios en periódicos porque son una excelente fuente de convocatoria de empleados ya que es un medio de comunicación que alcanza una gran audiencia, además de que el costo es muy bajo. APARECO pondrá el anuncio (de tipo insular) de las vacantes disponibles en la sección de clasificados de los periódicos La Prensa y El Nuevo Diario.

El siguiente anuncio será el que se publicará en dichos periódicos:

APARECO

Empresa de alquiler de apartamentos requiere personal para los siguientes cargos:

- Gerente Administrativo.
- Auxiliar Administrativo
- Ejecutivo de Ventas

Requisitos:

- Licenciado en las áreas anteriormente mencionadas (o en áreas relacionadas).
- Experiencia mínima de 2 años en dichos puestos.
- Capacidad de liderazgo, comunicación, negociación.
- Dinamismo y trabajo en equipo.
- Residentes de Managua.

Interesados presentarse en horarios de oficina a la siguiente dirección: Villa Fontana, de los semáforos del La Salle 300mts. Al norte. Fte. Hosp. Monte España.
O bien, enviar su currículum a: www.apareco.ni

Las dimensiones de dicho anuncio serán de 3 pulg. de alto x 2 columnas de ancho, con fuente normal y de fondo color amarillo; este aparecerá en ambos periódicos durante tres días consecutivos (Lunes, Martes y Miércoles) y el valor unitario del anuncio corresponde a \$210 tanto en La Prensa como El Nuevo Diario. El total es de \$1,260.

SELECCIÓN DE PERSONAL

El proceso de selección consiste en hacer una comparación entre las cualidades de cada candidato con las exigencias del cargo. El proceso se inicia en el momento en que una persona solicita un empleo y termina cuando se produce la decisión de contratar a la persona(s) más eficiente(s) para cada uno de los puestos vacantes.

El método que se eligió para seleccionar a los candidatos serán las entrevistas. Primero, se realizará una breve evaluación de los currículum de los candidatos comparando la información brindada con los requerimientos de los puestos, y así reducir el número de éstos, y finalmente se procederá a acordar una cita con los solicitantes más aptos para el puesto para conocer más al candidato y corroborar la información de su currículum.

La entrevista de selección consiste en una plática formal y en detalle, conducida por el entrevistador para evaluar la idoneidad para el puesto que tenga el solicitante. Estas permiten la comunicación en dos sentidos: el entrevistador obtiene información sobre el solicitante y el solicitante la obtiene sobre la organización y el puesto al que está aplicando, lo cual es muy importante, ya que en dependencia del trato que se le dé, el solicitante podrá sentirse más estimulado y a gusto con la empresa.

Durante las entrevistas, aparte de las preguntas objetivo y técnicas, también se realizarán preguntas de solución de problemas, en donde se expondrá una situación hipotética para conocer de qué manera actuaría el solicitante, y así hacerse una idea de cómo se desenvolvería esa persona en el puesto que solicitó.

Finalmente, al terminar cada entrevista se hará una evaluación escrita de las respuestas, así como de la impresión que causó cada individuo.

CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Una vez pasadas con éxito las etapas del proceso de selección, se procederá a contratar a las personas que cumplieron mejor con los requisitos de los puestos. En el contrato se establecerán cláusulas legales y administrativas, como lo es la duración de la relación de trabajo, que en este caso será por tiempo indeterminado.

A continuación se presenta un machote del posible contrato de los individuos seleccionados:

CONTRATO DE TRABAJO

En la ciudad de Managua, a los Fecha de hoy, se acuerda entre la Empresa APRECO S.A. representada por el Lic. Apellido y nombres en su carácter de Apoderado, de aquí en mas la Empresa, con domicilio en Domicilio legal, departamento, localidad y el Sr. Apellido y Nombre con domicilio en Calle, Número, Localidad, Código Postal, de aquí en más el Empleado, celebrarán el presente contrato a Plazo Fijo, de acuerdo a la normativa vigente de los artículos 90,92, 93,94, 95 y concordantes de la Ley de Contrato de Trabajo N° 20.744.

1- El Sr. Apellido y Nombre ingresa el día Fecha de Ingreso en calidad de categoría profesional, para desarrollar tareas de Describir tareas que realizará de forma indefinida, o sea, hasta que la decida prescindir de sus servicios o bien, el empleado decida renunciar.

2- El horario a cumplir será de Horario y la remuneración convenida es de Remuneración en números y letras por todo concepto.

3- Se deja expresa constancia que al término del contrato habrá cesado la exigencia extraordinaria y transitoria que le da origen y que el Empleado recibirá, de acuerdo a los términos legales, la notificación del preaviso de acuerdo a los artículos 231, 232 y 233 de la Ley de Contrato de Trabajo no haciéndose acreedor a ninguna indemnización al término del mismo de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 250 in fine de la Ley de Contrato de Trabajo.

4- En el caso que el Empleado no cumpliera fielmente sus obligaciones o incurriera en faltas, actitudes o conductas perjudiciales a la empresa está podrá declarar rescindido el presente contrato antes de la fecha estipulada sin ninguna obligación indemnizatoria.

En prueba de conformidad a las cláusulas anteriores se firman dos ejemplares del mismo tenor y a un solo efecto, en el lugar y fecha indicados en el encabezamiento.

Empleador

Empleado

PROCESO DE INDUCCIÓN

La inducción consiste en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de reciente ingreso durante el período de desempeño inicial de estos. Hacer un programa de inducción es muy útil en las empresas porque ayudan al nuevo trabajador a su adaptación en la misma, y disminuye la gran tensión y nerviosismo que lleva consigo el nuevo trabajador.

El objetivo principal del programa de inducción de APARECO será brindar al trabajador una efectiva orientación general sobre las funciones que desempeñará, los fines de la empresa y la estructura de ésta. Asimismo, se pretende ayudarlos a conocerse y auxiliarlos para tener un comienzo productivo.

También, otro de los objetivos del plan de inducción de la empresa, es establecer actitudes favorables de los nuevos empleados hacia la institución, sus políticas y el resto del personal, además de infundir en ellos un sentimiento de pertenencia a APARECO.

El programa de inducción constará de las siguientes tres partes:

PARTE 1. INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA: Se brinda toda la información general de la empresa que se considere relevante para el conocimiento del personal. Es fundamental ya que permite la creación de una misma imagen corporativa en todos los empleados.

- Misión y Visión.
- Valores.
- Actividad que desarrolla. Posición que ocupa en el mercado.
- Filosofía – Objetivos.
- Organigrama General.

PARTE 2. DISCIPLINA INTERIOR: Se proporciona al empleado toda la información relevante en cuanto a las políticas internas de la empresa, para que en base a ello, el individuo pueda desempeñar correctamente su cargo.

- Controlde entrada y salida de personal.
- Uso de las instalaciones.

- Derechos y Deberes.
- Premios y sanciones.

PARTE 3. COMUNICACIONES: Se considera la empresa como un solo sistema, por lo que es fundamental presentar al nuevo personal el equipo con el cual estará trabajando, para integrar a todos los colaboradores y promover el trabajo en equipo.

- Fuerza laboral.
- Clima organizacional.
- Directivos - jefes.
- Subordinados.

En cuanto al cargo específico que va a desempeñar el trabajador será preciso resaltar la siguiente información para que estos logren ejercer sus funciones de manera efectiva:

- Explicación de las actividades a su cargo y su relación con los objetivos de la empresa.
- Retribución.
- Rendimiento: qué es lo que esperamos de ellos.
- Información sobre las funciones que cumple la unidad a la cual está adscrito.

DESARROLLO DEL PERSONAL

La capacitación es una herramienta fundamental para una empresa debido a que ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo. De igual manera, proporciona a los empleados la oportunidad de adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumentan sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto, y también resulta ser una importante herramienta motivadora.

El método de capacitación que la empresa empleará serán las aulas, ya que los puestos que se necesitan no requieren de mucha capacidad técnica en cuanto a maquinaria y equipos. Y aunque este método requiere de una inversión de tiempo y esfuerzo, las recompensas son significativas. La capacitación será de manera individual y tendrá una duración de un día.

Las ventajas de este método son las siguientes:

- El entorno de un aula elimina las distracciones del trabajo y así los individuos se pueden enfocar en mejorar sus habilidades de desarrollo.
- Se tiene la oportunidad de interactuar con el instructor y discutir ideas y problemas.

Además de las capacitaciones en aula, se realizarán otras al menos una vez al año con INATEC, con el fin de aumentar su productividad y eficiencia en el desempeño de sus labores.

Es muy importante la capacitación del personal ya que se pueden evitar altos costos por pérdidas de recursos o problemas servicios y calidad. Además, se logra un aumento de eficiencia y eficacia en el rendimiento del trabajo, un aumento de las utilidades de la empresa, y finalmente trabajadores motivados y seguros.

ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

La remuneración de los empleados se hizo tomando en cuenta tanto las competencias y habilidades, como las funciones que exige cada puesto. El salario de cada cargo se muestra a continuación:

Personal	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Gerente Administrativo.	\$400	\$4,800
Asistente Administrativo	\$250	\$3,000
Sub Total.		\$7,800
43% Prestaciones.		\$3,354
TOTAL		\$11,154

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

El desempeño de los trabajadores es de suma importancia para la empresa, ya que para el desarrollo y éxito de esta es necesario que se cumplan los objetivos establecidos al principio del periodo. En la empresa se evaluará el desempeño de los trabajadores de manera semestral. Se plantearán metas cada 6 meses y al finalizar el semestre, se evaluará si se cumplieron o no las metas impuestas a cada empleado.

RELACIONES DE TRABAJO

La palabra clave para que las relaciones de trabajo sean efectivas es: comunicación. Con una buena comunicación logramos mantener claros los objetivos y los procedimientos para las distintas actividades que la empresa llevará a cabo, del mismo modo genera una buena interrelación entre los miembros del equipo. Utilizaremos principalmente las circulares y los avisos, ya sean impresos o por correo y para cuestiones informales se utilizará un patrón verbal.

Es importante que dentro de la empresa la comunicación sea en orden ascendente y lateral, para lograr entre todos la armonía necesaria para que el negocio se encamine al éxito. Para motivar al personal que laborará dentro de la empresa se evaluará cada mes su desempeño, donde el empleado que haya realizado mejor sus actividades será recompensado con un bono de productividad.

Formulario de evaluación del desempeño

Calidad del trabajo

Considera la exactitud, medición, cálculo y el cuidado respectivo de sus tareas.

¿Comete errores en la ejecución de sus labores?

Nunca Pocas veces Frecuentemente Casi siempre

Al momento de realizar cálculos técnicos su nivel de certeza es:

Excelente Muy bueno Bueno Malo

Al entregar informes o información. ¿Utiliza las herramientas informáticas?

Siempre Frecuentemente Pocas veces Nunca

Conocimiento del cargo

Considera la aplicación y el conocimiento del puesto obtenido por medio de la experiencia, educación general, capacitación, otros.

El conocimiento necesario para desempeñarse en su puesto es:

Excelente Muy bueno Bueno Malo

¿Aplica su experiencia laboral en el desempeño de su puesto?

Siempre Frecuentemente Pocas veces Nunca

¿Se capacita o actualiza para enfrentar nuevas tecnologías de puesto?

Siempre Frecuentemente Pocas veces Nunca

Responsabilidad

Considera como el colaborador, se dedica al trabajo y realiza el mismo siempre de las normas establecidas.

¿Realiza las tareas asignadas en el tiempo indicado?

Siempre Frecuentemente Pocas veces Nunca

¿Cumple con las normas y disposiciones establecidas en la empresa?

Siempre	Frecuentemente	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

¿Cumple con las metas establecidas?

Siempre	Frecuentemente	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

Puntualidad:

Considera la puntualidad en su asistencia a un sitio de labores.

¿Llega puntualmente a su lugar de trabajo?

Siempre	Frecuentemente	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

¿Cumple con los tiempos establecidos para entrega de trabajos a clientes externos e internos?

Siempre	Frecuentemente	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

¿Respetar los tiempos establecidos para descanso durante la jornada laboral?

Siempre	Frecuentemente	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

Cooperación

Considera el entusiasmo y la disposición por cooperar con sus compañeros, colaboradores y superiores en el desempeño de su trabajo.

¿Tiene la disposición y entusiasmo cuando le solicitan su colaboración?

Siempre	Frecuentemente	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

¿Demuestra y realiza su trabajo en equipo?

Siempre	Frecuentemente	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

Comentarios

Firma del Colaborador

Firma del jefe inmediato

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

La oficina de APARECO presenta las mismas dimensiones y divisiones del apartamento de dos habitaciones, pero está acondicionada para de manera que satisfaga los requerimientos de una oficina.

A continuación se detalla los distintos materiales y útiles de oficina que APARECO necesitará para iniciar operaciones administrativas:

Concepto	Precio	Cantidad	Costo Total
Escritorios ejecutivos.	\$150	2 unidades.	\$300
Sillas.	\$75	3 sillas.	\$225
Juego de Sala.	\$400	1 juego.	\$400
Impresora.	\$150	1 unidad.	\$150
Aire acondicionado.	\$350.	1 unidad.	\$350
Teléfonos.	\$50	3 unidades.	\$150
Cafetera.	\$20	1 unidad.	\$20
Refrigerador pequeño.	\$200.	1 unidad.	\$200
Computadoras de escritorio.	\$400	3 equipos.	\$1,200
TOTAL			\$ 2,995

PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA

En cuanto a la papelería y útiles de oficina, APARECO necesitará los siguientes artículos. La tabla a continuación, expresa tanto la descripción del artículo como el costo unitario y total de estos:

Concepto	Precio	Cantidad	Costo Total
Resma de papel tamaño carta (500 unidades).	\$10	1 resma/mes.	\$10
Resma de papel tamaño legal (500 unidades).	\$13	1 resma/mes.	\$13
Engrapadoras.	\$6	3 unidades.	\$18
Porta Lapiceros.	\$4	3 unidades.	\$12
Resma de Folders tamaño legal.	\$20	1 paquete.	\$20
Resma de Folders tamaño carta.	\$18	1 paquete.	\$18
Saca Grapas.	\$1.50	1 unidades.	\$1.50
Tijeras.	\$2	1 unidad.	\$2
Lapiceros tinta negra (10 unidades).	\$6	1 paquete.	\$6
Lapiceros tinta azul (10 unidades).	\$6	1 paquete.	\$6
Café PRESTO (250 g)	\$5	2 unidades.	\$10
Azúcar (bolsa de 5 lbs).	\$1.50	2 unidades.	\$3
Vasos descartables (50 unidades.)	\$1.50	6 paquetes/mes.	\$9
Tazas con escudilla.	\$18.	1 docena.	\$18
Cucharas.	\$20	1 docena.	\$20
TOTAL			\$128.5

CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

El monto aproximado que la empresa gastará en energía así como agua potable es el siguiente:

Concepto	Consumo Mensual	Consumo Anual
Consumo de energía eléctrica.	\$100	\$1,200
Consumo de agua potable.	\$25	\$300

VI. CONTABILIDAD Y FINANZAS

OBJETIVOS DEL AREA DE FINANZAS

➤ Establecer un sistema de planeación financiera y llevar un control detallado de los estados financieros y cuentas para una mejor evaluación económica dentro de la empresa. Con el fin que nos permita conocer de manera eficaz nuestro estado ante una crisis económica, equilibrar las entradas y salidas de capital así como buscar alternativas que permitan ahorrar costos y gastos para aumentar las expectativas de rendimiento.

Sistema Contable de la empresa

- Contabilidad de la Empresa.

La contabilidad se llevará a cabo por el gerente Administrativo de APARECO. Y será revisado mensualmente por un asesor contable.

Software a utilizar.

- Para llevar la contabilidad, se utilizará Microsoft Excel para Windows Vista, para el cual todo el personal administrativo será capacitado, ya que deben de saber no sólo elaborar el formato de cuentas sino también leerlo e interpretarlo.

Parámetros.

Las siguientes variables son los parámetros que utilizamos para elaborar los distintos cuadros financieros que se verán a continuación:

PROYECTO APARECO S.A.	
PARAMETROS ECONOMICOS	
Prestaciones Sociales e Impuestos	43%
Porcentaje de la Inversion Inicial con Recursos Propios	60%
Porcentaje de la Inversion Inicial con Recursos Bancarios	40%
Tasa de Interés Promedio Activa Sistema Financiero Nicaragüense Abril 2012	9.0%
Costo de Capital	9.0%
Precio de Arrendamiento de Apartamento de 1 habitación en Dólares	350.00
Precio de Arrendamiento de Apartamento de 2 habitaciones en Dólares	450.00
Monto Total de la Inversión en Dólares	163,675.14
Construcción de Casas en el Corto Plazo Años 1 y 2	10.00
Construcción de Casas en el Mediano Plazo Años 3 y 4	20.00
Construcción de Casas en el Largo Plazo Año 5	30.00
Incremento Porcentual a Mediano Plazo	100%
Incremento Porcentual a Largo Plazo	50%
Préstamo Bancario en Dólares Casas Año 0	65,470.06
Aportación de los Propietarios en Dólares Casas Año 9	98,205.09
Impuesto sobre Renta (Tasa Anual)	30%
Tasa Anual de Inflación	7.95%
Inversión Año 2 10 Casas	80,000.00
Inversión Año 4 10 Casas	80,000.00
Préstamo Bancario en Dólares Casas Año 2	32,000.00
Préstamo Bancario en Dólares Casas Año 4	32,000.00
Aportación de los Propietarios en Dólares Casas Año 2	48,000.00
Aportación de los Propietarios en Dólares Casas Año 4	48,000.00

Ingresos

Como se observa a continuación, los ingresos de APARECO S.A. son \$48,000 los primeros 2 años del proyecto, durante el año 3 y el año 5 los ingresos ascienden a \$96,000 y \$144,000 debido a la construcción de 10 nuevos apartamentos respectivamente.

PROYECTO APARECO S.A.					
INGRESOS PROYECTADOS					
CONCEPTOS	EN DOLARES				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensualidades	120.00	120.00	240.00	240.00	360.00
Arrendamiento Mensual Apartamentos de 1 habitación	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
Sub Total	21,000.00	21,000.00	42,000.00	42,000.00	63,000.00
Arrendamiento Mensual Apartamentos de 2 habitaciones	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
Sub Total	27,000.00	27,000.00	54,000.00	54,000.00	81,000.00
Ingresos Totales	48,000.00	48,000.00	96,000.00	96,000.00	144,000.00

Inversión

La inversión realizada fue de \$163,675.14 en activos fijos que necesitará la empresa para iniciar operaciones.

PROYECTO APARECO S.A.			
INVERSION EN ACTIVOS			
EN DOLARES			
Concepto	Cantidades	Precio Unitario	Total
Terreno	1.00	70,000.00	70,000.00
Obras Civiles e infraestructura	11.00	8,000.00	88,000.00
Escritorios ejecutivos.	2.00	150.00	300.00
Sillas.	3.00	75.00	225.00
Juego de Sala.	1.00	400.00	400.00
Impresora	1.00	150.00	150.00
Aire acondicionado.	1.00	350.00	350.00
Teléfonos.	1.00	50.00	50.00
Cafetera.	1.00	20.00	20.00
Microondas.	0.00	60.00	0.00
Oasis.	0.00	60.00	0.00
Refrigerador pequeño.	1.00	200.00	200.00
Computadoras de escritorio.	3.00	400.00	1,200.00
Inversión en Activos			160,895.00
Capital de Trabajo			2,780.14
Total Inversión			163,675.14



Depreciación

El cuadro a continuación detalla la depreciación de los activos fijos durante los 5 años de duración de nuestro proyecto.

PROYECTO APARECO S.A.								
DEPRECIACION EN DOLARES								
Conceptos	Costo	Porcentaje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Casas Año 1 y 2	88,000.00	3%	2,640.00	2,640.00	2,640.00	2,640.00	2,640.00	13,200.00
Casas Año 3 y 4	80,000.00	3%			2,400.00	2,400.00	2,400.00	7,200.00
Casas Año 5	80,000.00	3%					2,400.00	2,400.00
Escritorios ejecutivos.	300.00	20%	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	300.00
Sillas.	225.00	20%	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	225.00
Juego de Sala.	400.00	20%	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	400.00
Impresora.	150.00	20%	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	150.00
Aire acondicionado.	350.00	20%	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	350.00
Teléfonos.	50.00	50%	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	125.00
Cafetera.	20.00	20%	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
Microondas.	0.00	20%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Oasis.	0.00	20%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Refrigerador pequeño.	200.00	20%	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	200.00
Computadoras de escritorio.	1,200.00	50%	600.00	600.00				1,200.00
Total	250,895.00		3,594.00	3,594.00	5,394.00	5,394.00	7,794.00	25,770.00
Depreciación Acumulada			3,594.00	7,188.00	12,582.00	17,976.00	25,770.00	
Valor Residual de Activos	225,125.00							
Terrenos	70,000.00							
Total Valor de Salvamento	295,125.00							

Salarios.

Los salarios que se determinaron para los empleados de APARECO se detallan a continuación en la siguiente tabla.

PROYECTO APARECO S.A.					
SALARIOS PROYECTADOS					
EN DOLARES					
N/O	Cargos	Número de Empleados	Salario Mensual en Dólares	Total Salario Mensual	Salario Anual
1	Gerente Administrativo Financiero	1	400.00	400.00	4,800.00
3	Asistente Administrativo	1	250.00	250.00	3,000.00
4	Auxiliar Contable	1	0.00	0.00	0.00
	Total			650.00	7,800.00



Costos fijos

El siguiente cuadro muestra los costos fijos en los que incurre APARECO

PROYECTO APARECO S.A.						
COSTOS FIJOS PROYECTADOS						
EN DOLARES						
Conceptos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	650.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00
Prestaciones Sociales e Impuestos	279.44	3,353.22	3,353.22	3,353.22	3,353.22	3,353.22
INTERNET	50.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Cable	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Vigilancia (Outsourcing)	1,000.00	12,000.00	12,000.00	24,000.00	24,000.00	36,000.00
Limpieza (Outsourcing)	200.00	2,400.00	2,400.00	4,800.00	4,800.00	7,200.00
Jardinería (Outsourcing)	100.00	1,200.00	1,200.00	2,400.00	2,400.00	3,600.00
Papelería	10.71	128.50	128.50	128.50	128.50	128.50
Impuestos Sobre Bienes Inmuebles (IBI)		1,580.00	1,580.00	3,160.00	3,160.00	4,740.00
Costos fijos en efectivos	2,390.14	30,261.72	30,261.72	47,441.72	47,441.72	64,621.72
Depreciación		3,594.00	3,594.00	5,394.00	5,394.00	7,794.00
Costos Fijos Totales Sin Inflación		33,855.72	33,855.72	52,835.72	52,835.72	72,415.72
Costos Fijos Totales Con Inflación		36,547.25	36,547.25	57,036.16	57,036.16	78,172.77

Costos variables

Los costos variables de APARECO S.A. se detallan a continuación en el siguiente cuadro:

PROYECTO APARECO S.A.						
COSTOS VARIABLES PROYECTADOS						
EN DOLARES						
Conceptos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	100.00	1,200.00	1,200.00	2,400.00	2,400.00	3,600.00
Agua	250.00	3,000.00	3,000.00	6,000.00	6,000.00	9,000.00
Impuestos Municipales (IMI)	40.00	480.00	480.00	960.00	960.00	1,440.00
Total Sin Inflación	390.00	4,680.00	4,680.00	9,360.00	9,360.00	14,040.00
Total Con Inflación		5,052.06	5,052.06	10,104.12	10,104.12	15,156.18

Depreciación

A continuación se detallan los préstamos bancarios que APARECO hará para iniciar operaciones. El primero se realizará durante el año 0, el segundo en el año 2y el tercero en el año 4.

PROYECTO APARECO S.A.					
AMORTIZACION DEL PRESTAMO					
EN DOLARES					
Monto del Préstamo	65,470.06				
Tasa de Interés	9.00%				
Plazo en Años	5.00				
Interés Sobre Saldo					
Cuota Nivelada					
Tabla de Amortización del Préstamo					
Periodo	Pago de	Pago de	Pago	Saldo	Años
	Interés	Principal			
				65,470.06	
5	5,892.31	10,939.55	16,831.86	54,530.50	1
4	4,907.75	11,924.11	16,831.86	42,606.39	2
3	3,834.58	12,997.28	16,831.86	29,609.11	3
2	2,664.82	14,167.04	16,831.86	15,442.07	4
1	1,389.79	15,442.07	16,831.86	0.00	5

PROYECTO APARECO S.A.					
AMORTIZACION DEL PRESTAMO					
EN DOLARES					
Monto del Préstamo	32,000.00				
Tasa de Interés	9.00%				
Plazo en Años	5.00				
Interés Sobre Saldo					
Cuota Nivelada					
Tabla de Amortización del Préstamo					
Periodo	Pago de	Pago de	Pago	Saldo	Años
	Interés	Principal			
				32,000.00	
3	2,880.00	9,761.75	12,641.75	22,238.25	1
2	2,001.44	10,640.31	12,641.75	11,597.94	2
1	1,043.81	11,597.94	12,641.75	0.00	3

PROYECTO APARECO S.A.					
AMORTIZACION DEL PRESTAMO					
EN DOLARES					
Monto del Préstamo				32,000.00	
Tasa de Interés				9.00%	
Plazo en Años				5.00	
Interés Sobre Saldo					
Cuota Nivelada					
Tabla de Amortización del Préstamo					
Periodo	Pago de	Pago de	Pago	Saldo	Años
	Interés	Principal			
				32,000.00	
1	2,880.00	32,000.00	34,880.00	0.00	1



Presupuesto de Caja

Registro de entradas y salidas de efectivo en durante los primeros 5 años.

PROYECTO APARECO S.A.						
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO (EN DOLARES)						
Conceptos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>INGRESOS</u>						
Préstamo Bancario	65,470.06		32,000.00		32,000.00	
Aportación de los Propietarios			48,000.00		48,000.00	
Ventas Totales		48,000.00	48,000.00	96,000.00	96,000.00	144,000.00
Valor de Salvamento de los Activos						295,125.00
Total Ingresos de Efectivo	65,470.06	48,000.00	128,000.00	96,000.00	176,000.00	439,125.00
<u>EGRESOS</u>						
Costos Fijos en Efectivo		32,953.25	32,953.25	51,642.16	51,642.16	70,378.77
Costos Variables		3,864.61	3,864.61	7,621.27	7,621.27	11,377.93
Pago de la Deuda		16,831.86	16,831.86	29,473.61	29,473.61	64,353.61
Pago de Impuestos		0.00	508.75	804.12	7,388.40	8,002.89
Inversión en Activos	160,895.00		80,000.00		80,000.00	
Capital de trabajo	2,780.14					
Total Egresos de Efectivo	163,675.14	53,649.72	134,158.47	89,541.16	176,125.44	154,113.20
Flujo Neto de Efectivo	(98,205.09)	(5,649.72)	(6,158.47)	6,458.84	(125.44)	285,011.80
Efectivo Inicial		2,780.14	(2,869.57)	(9,028.04)	(2,569.20)	(2,694.64)
Efectivo Final		(2,869.57)	(9,028.04)	(2,569.20)	(2,694.64)	282,317.16



Razones Financieras

El cuadro a continuación muestra que tanto la VAN como la TIR del proyecto, los cuales

Periodos		1	2	3	4	5		
Valor Presente de los Flujos Netos de Efectivo	$1/(1+k)^n$	(5,183.23)	(5,183.46)	4,987.41	(88.86)	185,238.11		
Inversión	98,205.09					103,673.23		
Costo de Capital	9.00%							
Valor Actual Neto (VNA)	74,830.17							
Tasa Interna de Retorno (TIR)	22%							
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)		1.00	1.00	1.00	1.00	0.56	4.56	Años

Balance General

A continuación se detalla la situación financiera de la empresa APARECO durante sus cinco años

PROYECTO APARECO S.A.					
BALANCE GENERAL PROYECTADO					
(EN DOLARES)					
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos					
<u>Circulantes</u>					
Efectivo	(2,869.57)	(9,028.04)	(2,569.20)	(2,694.64)	282,317.16
Total Activos Circulantes	(2,869.57)	(9,028.04)	(2,569.20)	(2,694.64)	282,317.16
<u>Fijos</u>					
Activos Fijos Brutos	160,895.00	160,895.00	240,895.00	240,895.00	320,895.00
Depreciación Acumulada	-C\$ 3,594.00	-C\$ 7,188.00	-C\$ 12,582.00	-C\$ 17,976.00	-C\$ 320,895.00
Activos Fijos Netos	157,301.00	153,707.00	228,313.00	222,919.00	0.00
Total Activos	154,431.43	144,678.96	225,743.80	220,224.36	282,317.16
<u>Pasivos</u>					
Préstamo Bancario	54,530.50	42,606.39	51,847.36	27,040.01	0.00
Impuestos por Pagar	508.75	804.12	7,388.40	8,002.89	14,740.71
Total Pasivos	55,039.26	43,410.51	59,235.76	35,042.90	14,740.71
<u>Capital</u>					
Aportación de los Socios	98,205.09	98,205.09	146,205.09	146,205.09	194,205.09
Utilidades Acumuladas	1,187.08	3,063.36	20,302.96	38,976.37	73,371.36
Total Capital	99,392.17	101,268.45	166,508.04	185,181.46	267,576.45
Pasivo Más Capital	154,431.43	144,678.96	225,743.80	220,224.36	282,317.16
Diferencias	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Costo de Capital

El siguiente cuadro detalla el costo de capital de la empresa

PROYECTO APARECO S.A.	
CAPITAL DE TRABAJO EN DOLARES	
Costos Fijos Primer mes Año 1	2,390.14
Costos Variables Primer mes Año 1	390.00
Total	2,780.14

Punto de Equilibrio

PROYECTO APARECO S.A.					
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN DÓLARES Y EN UNIDADES)					
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos totales	48,000.00	48,000.00	96,000.00	96,000.00	144,000.00
Costos Fijos Totales	36,547.25	36,547.25	57,036.16	57,036.16	78,172.77
Costos Variables Totales	3,864.61	3,864.61	7,621.27	7,621.27	11,377.93
Fórmula de Punto de Equilibrio (CFT/(1-(CVT/IT))	39,747.42	39,747.42	61,954.63	61,954.63	84,879.38
Precio de Venta Unitario	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Costo Variable Unitario	32.21	32.21	31.76	31.76	31.61
Mensualidades	120.00	120.00	240.00	240.00	360.00
Punto de Equilibrio en Habitaciones CFT/(P _v -C _v)	136.47	136.47	212.63	212.63	291.26
Porcentaje de Habitaciones Alquiladas Para Equilibrio	114%	114%	89%	89%	81%
Donde					
CFT= Costos Fijos Totales					
CVT= Costos Variables Totales					
IT = Ingresos Totales					
1 = Constante					
COMPROBACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
Ingresos Totales	40,942.43	40,942.43	63,788.20	63,788.20	87,378.16
Costos Variables	4,395.18	4,395.18	6,752.04	6,752.04	9,205.39
Margen de contribución	36,547.25	36,547.25	57,036.16	57,036.16	78,172.77
Costos Fijos Totales	36,547.25	36,547.25	57,036.16	57,036.16	78,172.77
Utilidad Neta antes de Impuestos Cero	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

VII. ANEXOS

APARECO está conformada por 4 socios, todos de nacionalidad nicaragüense y mayores de edad, cuyos nombres corresponden a: Grethel María Chamorro Aguilar, Katheryn Rivera Cordoncillo, Gabriela María Arana Hanón, Luis Alfonso Luna y Walter Lacayo Alemán. A cada uno de éstos le corresponde el 25% de las acciones de la empresa.

APARECO se constituirá legalmente en escritura pública ante el oficio de un Notario Público debidamente acreditado por la Corte Suprema de Justicia y con su Protocolo vigente.

Se utilizará la figura jurídica de Sociedad Anónima ya que éste modelo contemplado en el código de Comercio es el que responde mejor a nuestros intereses económicos y empresariales, y las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo. Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado.

La razón social de la sociedad colectiva se denominará APARECO S.A., con domicilio en Managua. El capital social de los socios será de \$97,000 por los cuatro socios que poseerá la empresa. Pasos legales para conformar una sociedad anónima en Nicaragua:

1. Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante Escritura de constitución.

2. Obtener su número de Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI).

3. Otorgar Poder de Administración a su representante legal.

4. Registrarse como contribuyente ante la Administración de Rentas de su área (Consultar en la oficina de atención al contribuyente, en que administración de rentas le corresponde registrarse y además registrar los libros contables cotidianos, un libro diario, un libro mayor, uno de actas y uno de acuerdos.

5. Registrarse en la Alcaldía de Managua, para lo cual se debe presentar copia de escritura de constitución y los libros contables debidamente registrados en la Administración de Rentas.

6. Registrarse en la Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA), en el Sistema de Registro de Importadores Directos en el caso que vaya a realizar importaciones de bienes de consumo o capital.

7. Apertura de cuenta en moneda nacional y extranjera, en cualquier banco privado de su preferencia. (El banco privado se encargara de informarle al Banco Central de Nicaragua, el cambio oficial de sus divisas).

8. Una vez realizado estos pasos optara por inscribirse en la Ley sectorial que le corresponda según la naturaleza de su empresa o compañía.

9. Registrarse en el Sistema de Registro Estadístico de Inversiones Extranjeras de la República de Nicaragua, si su inversión es mayor a los US\$30,000.00 (TREINTA MIL DOLARES NETOS), según mandato de Ley N° 344 Promoción de Inversiones Extranjeras y su Reglamento. El formulario lo obtiene en la Dirección de Políticas de Fomento de Inversiones y Exportaciones del MIFIC.

La sociedad anónima presenta las siguientes ventajas:

- La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios.
- Son varias las experiencias que se dedican a imprimir dinamismo a la empresa
- La empresa se mantiene aún después de la muerte de alguno de sus socios.
- Acciones pueden adquirirse por transferencia o herencia.
- La responsabilidad de los socios está
- limitada a sus aportaciones.
- Se pueden transmitir las acciones mediante su venta.
- Los acreedores tienen derecho sobre los activos de la corporación, no sobre los bienes de los accionistas. El dinero que los accionistas arriesgan al invertir en una Soc. Anónima se limita al valor de su inversión.

- Es relativamente fácil conseguir capital considerable, ya que puede emitir acciones según sus necesidades.
- Le resulta relativamente fácil obtener crédito a largo plazo ofreciendo grandes activos como garantía.

Los requisitos para constituir una sociedad anónima en Nicaragua son los siguientes:²

1. NÚMERO DE SOCIOS

Como regla general de las sociedades en Nicaragua pueden constituirse con dos socios, ya sean personas naturales o jurídicas, pero después de seis meses cualquiera de dichos socios está facultado para solicitar la disolución de la sociedad, por lo que sería recomendable incorporar un tercero.

2. DENOMINACIÓN Y OBJETO DE LA SOCIEDAD

Necesitamos conocer el nombre de la sociedad, así como también el objeto de la empresa y las operaciones a que destina su capital. En general, el objeto de la sociedad puede ser genera, pero en ciertas actividades es requerido que sea específico, como por ejemplo sociedades acogidas al régimen de zona franca.

3. DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

Noventa y nueve años es el plazo máximo que se puede establecer.

4. CAPITAL SOCIAL

El capital social, que es usualmente nominal, debe expresarse en moneda local. No existe un capital mínimo requerido.

5. RÉGIMEN ACCIONARIO

Las acciones pueden ser normativas o al portador y el registro de propiedad de las acciones es privado y lo lleva la compañía en el libro de registro de acciones. Toda clase de acciones pueden ser emitidas por la sociedad (i.e. comunes, preferidas).

²http://www.emprendimientos.org.ni/index.php?option=com_k2&view=item&id=27:requisitos-para-constituir-una-sociedad-an%C3%B3nima-en-nicaragua&Itemid=5. Datos proporcionados por ARIAS & MUÑOZ, EL Bufete para América Central.

6. ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD

La administración de la compañía se delega en la Junta Directiva. La estructura de la misma es decidida e inducida en el pacto social. Generalmente está conformada por un Presidente, Secretario y un Tesorero; y se le otorga al Presidente las facultades de apoderado generalísimo o las facultades de apoderado general de administración, a decisión de los accionistas.

El Código de Comercio establece que los directores serán elegidos entre los mismos socios. Si los socios son Personas Jurídicas, estas pueden designar a una persona natural para que las represente en el cargo.

Los miembros de la Junta Directiva pueden ser elegidos hasta por 10 años. La re-elección es permitida. La Asamblea de Accionistas puede revocar, en cualquier momento, el nombramiento de los directores.

7. ÓRGANO DE VIGILANCIA

Los accionistas a su vez nombran un vigilante encargado, en términos generales, de supervisar la adecuada administración de la compañía.

8. ASAMBLEA DE ACCIONISTAS

La Asamblea de Accionistas es el máximo órgano jerárquico de la sociedad. Tiene el poder absoluto que delega en diversas medidas en otros órganos societarios. La Junta de Accionistas deberá reunirse por lo menos una vez al año.

9. AÑO FISCAL Y PUBLICACIONES

El año fiscal en Nicaragua comienza el primero de julio y termina el treinta de Junio, el que puede ser variado con autorización para cambiar su período fiscal del primero de Enero al Balance que contenga con toda claridad su activo y pasivo.

10. DIVIDENDOS

Se pueden pagar dividendos en el tanto haya ganancias percibidas al cierre del período y cumpliendo los requisitos que establezca el pacto constitutivo.

TESTIMONIO

ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO QUINCE (15). “CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA”. En la ciudad de Managua a las nueve y quince minutos de la mañana, del día veintinueve de junio del año dos mil doce, ANTE MI: William Alfonso Romero Carrero Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua, con domicilio y residencia en la ciudad de Chinandega, debidamente autorizado para cartular por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia por un quinquenio que expira el día catorce de marzo del año dos mil diez, comparecen: KATHERYN RIVERA CORDONCILLO, soltera, estudiante, del domicilio de Managua, con cedula de identidad: cero, cero, uno, guion, tres cero, cero, uno, nueve, tres, guion, cero, cero, uno, tres, letra “X” ; 001-300193-0013X, LUIS ALFREDO LUNA GARAY, soltero, estudiante, con domicilio en el departamento de Masaya, con cedula de identidad 401-110792-0008C; WALTER KEVIN LACAYO ALEMAN soltero, estudiante, con domicilio de Managua, con cedula 001-011191-0001X; GRETHEL MARIA CHAMORRO AGUILAR, soltera estudiante, y de domicilio en Masaya, cedula de identidad 001-090793-0022B, y GABRIELA MARIA ARANA HANON, estudiante, soltera y de domicilio en Managua, con cedula de identidad 888-180992-001S. Doy fe de conocer a cada uno de los comparecientes y de haber tenido a la vista los documentos de identidad a que hice mención, de igual manera doy fe de que los comparecientes son plenamente capaces para contratar y obligarse especialmente para el otorgamiento de este acto en el que proceden en su propio nombre e interés exponiendo: Constitución de Sociedad Anonima; que han decidido constituir y organizar una sociedad mercantil de carácter anónima la cual constituyen en este acto y disponen que dicha sociedad se regirá por las normas que se expresaran a continuación: y los que señale los estatutos y en su efecto en lo que dispongan las leyes de la republica de Nicaragua por lo que manifiestan lo siguiente: CLAUSULA PRIMERA (DENOMINACION Y DOMICILIO): la sociedad se denominará: “APARECO S.A.”. Tendrá su domicilio en Managua, Republica de Nicaragua, pero podrá establecer agencias y sucursales en cualquier lugar de la Republica de Nicaragua o en el extranjero. CLAUSULA SEGUNDA: (OBJETO): el objeto primordial de la empresa “APARECO S.A.”. El servicio consiste en alquilar habitaciones construidos con botellas plásticas, que incluyen los serivios de agua potable, lavandería, internet. CLAUSULA TERCERA: (DURACION). La duración de la sociedad será de cincuenta años contados a partir de la inscripción de esta escritura en el Registro de la propiedad Mercantil en la Ciudad de Managua , pero prorrogarse por otro periodo igual si así lo decide la Junta General de Accionistas. CLAUSULA CUARTA: (ADMINISTRACION Y REPRESENTACION). La administración y representación de la Sociedad corresponde a una Junta Directiva que también podrá ser conocida como Junta de Directores o Directorio que estará compuesta como mínimo de unos cinco Miembros que serán : Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero y Fiscal. Los miembros de la Junta Directiva serán electos por la Junta General de Accionistas por mayoría de votos y por un periodo de tres años, pudiendo ser reelectos. Esta junta de directores tendrá a su cargo el manejo , dirección, y administración de los negocios sociales, salvo las que las leyes , el acto constitutivo y los estatutos confieran a reserva a la Junta de Accionistas y gozara de las mas amplias facultades de administración y aun de disposición que corresponda a un mandatario generalísimo sin restricción alguna de conformidad con el Arto 3295c. y podrá constituir a nombre de la sociedad toda clase de mandatarios sean generalísimos, generales o especiales con las

facultades que estime convenientes decidiendo y autorizando los negocios de la compañía sin restricciones de ninguna especie, resolviendo, contratando y contrayendo las obligaciones que considere oportuno para el buen manejo y funcionamiento de la sociedad. CLAUSULA QUIINTA: (JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS) (ASAMBLEA DE ACCIONISTAS). La sociedad será gobernada por la Junta General de Accionistas, quien en adelante podrá llamarse Junta General o Asamblea General de Accionistas, la que legalmente constituida es la máxima autoridad de la Sociedad. CLAUSULA SEXTA: (CAPITAL SOCIAL). El capital social autorizado será de ochenta mil dólares (U\$98,205.09) dividido y representado en cuatro acciones, con un valor nominal de veinte mil dólares cada una. Las acciones serán comunales nominativas o inconvertibles al portador. Cada socio suscribe y paga veinte mil acciones. CLAUSULA SEPTIMA: (ACCIONES). La transferencia de las acciones se realizara por medio del endoso y su correspondiente inscripción en el libro de acciones. Esta transferencia de acciones no producirá efecto ni para la sociedad ni para terceros sino desde la fecha de su inscripción en el correspondiente libro de registro de acciones de la sociedad. Las acciones no podrán ser transferidas con libertad por actos ínter vivos mas que al cónyuge a los hijos del accionista. En caso de venta de acciones el socio deberá ofrecerlas a la sociedad mediante escrito dirigido al secretario quien pondrá en conocimiento a la Junta Directiva quien a mas tardar dentro de quince días a partir de la recepción de la oferta deberá manifestar al oferente si la sociedad esta o no interesada en adquirirlas. CLAUSULA OCTAVA: (AUMENTO DE CAPITAL). En todo aumento de capital autorizado al emitir las nuevas acciones, La asamblea general de accionistas queda facultada para emitir o crear acciones que gocen de garantías, ventajas o condiciones especiales o que estén previstas de derechos diversos de conformidad con las disposiciones que se establezcan en el acuerdo de su creación. La asamblea general de accionistas podrá delegar la facultad señalada en el acápite que antecede (transferencia de acciones) a la junta de directores siempre y cuando se refiera a las acciones de aumento de capital social que previamente hubiere autorizado. CLAUSULA NOVENA: (FISCALIZACION Y VIGILANCIA). La fiscalización de la administración estará a cargo de un vigilante quine podrá ser o no accionista, será nombrado por la Junta de Accionistas al mismo tiempo que la Junta Directiva por periodo igual al de estos. CLAUSULA DECIMA: (EJERCICIO ECONIMICO, BALANCES Y REPARTICON DE LOS BENEFICIOS). El ejercicio económico de la sociedad tendrá el periodo de un año y terminara el treinta de junio de cada año; las fechas de inicio y fin de ejercicios podrán ser modificados por la Junta Directiva quien para los lapsos intermedios y para el ejercicio económico inicial podrá dictar las disposiciones o providencias que estime convenientes realizando las solicitudes a las autoridades correspondientes y conforme lo establezca la ley se deberá realizar inventario al mes una vez en cada ejercicio y se deberá emitir estado financiero (balance de situación y estado de resultado) con la periodicidad que determina la junta directiva, pero de conformidad de las disposiciones legales pertinentes y los usos contables; al menos deberá emitirse estado financiero al cierre de cada ejercicio. La distribución de dividendos si los hubiere se hará en proporción en las acciones de cada socio. Anualmente se separara de las utilidades un diez por ciento (10%) para destinarlo a constituir el fondo de reserva legal. CLAUSULA DECIMA PRIMERA. (CONTABILIDAD): Las cuentas de la sociedad se llevaran por partida doble o por cualquier sistema permisible legalmente en los libros y formas preescrita por las leyes de la republica sin perjuicio de llevar además los libros auxiliares que la índole de los negocios requiera. La sociedad desarrollara sus

actividades por ejercicios anuales consecutivos, los cual serán fijados discrecionalmente por la junta de directores, quien así mismo podrá variarlo en cualquier tiempo conforme las conveniencias de la sociedad y lo dispuesto al respecto por las leyes de la materia.

CLAUSULA DECIMA SEGUNDA. (GANANCIA): Para determinar el monto de las utilidades netas de la sociedad en cada ejerció se deducirán las cantidades correspondiente a: los gastos de operación y administración; las sumas destinadas a los impuestos que graben las operaciones o bienes sociales; la proporción destinada a la integración del fondo de reserva legal y cualquier otras bajas que correspondan a hacerse conforme la ley o la técnica contable. El saldo neto resultante determinara dichas utilidades.

CLAUSULA DECIMA TERCERA. (REPRESENTACION DEL PRESIDENTE): Sin perjuicio de los poderes que la sociedad confiera que el presidente de la junta directiva que será el presidente de la sociedad tendrá la representación judicial y extrajudicial de la misma, con facultades de apoderado generalísimo.

CLAUSULA DECIMA CUARTA. (SUMISION DE LOS SOCIOS A LOS ORGANOS SOCIALES): Los accionistas estarán sometidos a las decisiones de las juntas generales ordinarias y extraordinarias, constituidos legalmente.

CLAUSULA DECIMA QUINTA. (JUNTA GENERAL): La junta general de accionistas legalmente convocada y reconocida constituye la suprema autoridad de esta sociedad; habrá junta general de accionistas ordinarias y extraordinarias una vez al año dentro de los cuatro meses posterior al cierre del ejercicio económico. Las juntas generales extraordinarias tendrán lugar cuando lo crean conveniente, la junta directiva con expresión del objeto o motivo y con la presencia de los accionistas cuya participación representan al menos el veinte por ciento (20%) del capital social; para que pueda constituirse las juntas generales en primera convocatoria tanto ordinarias como extraordinarias, es necesario que concurren personas que representen por lo menos el setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones suscritas y en circulación con derecho al voto. Las resoluciones de las juntas generales deberán ser aprobadas por una mayoría que representan por lo menos el sesenta por ciento (60%) de las acciones presentes y con derecho a voto. Todo acuerdo para que sea valido deberá constar en el acta que se asentará en el libro de actas que debidamente legalizado llevará a la sociedad para ese efecto y la cual será firmada por el presidente y secretario de la junta directiva. Las juntas generales se celebraran en el domicilio de la sociedad.

CLAUSULA DECIMA SEXTA. (ASUNTOS EXTRAORDINARIOS): La junta general de accionistas podrá con el voto favorable del setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones suscritas y en circulación con derecho a voto, resolver lo siguiente: a) Disolución anticipada de la sociedad, b) Prórroga de su duración, c) Fusión con otras sociedades, d) Cambio de objeto de la sociedad o ampliación o reducción del mismo, e) Toda otra modificación a la escritura de constitución o de los estatuto.

CLAUSULA DECIMA SEPTIMA. (FONDOS DE RESERVA): Deberá formarse un fondo de reserva destinado a las utilidades liquidas anuales un mínimo de un cinco por ciento (5%), hasta que dicho fondo llegue de dicha suma represente una décima parte del capital social, cantidad como se repondrá tantas veces como fuera necesario por haber disminuido. La junta general de accionista podrá acceder a la formación de reservas especiales destinadas a los fines u objeto que la junta general señale, la cual determinara las cantidades y manera de su formación.

CLAUSULA DECIMA OCTAVA. (ARBITRAMIENTO): Toda desavenencia que surja entre los accionistas entre estos y la sociedad y el gerente, la junta de directores o sus miembros o demás funcionarios u organismos de la sociedad por la interpretación o aplicación de la escritura social a los estatutos por motivos de la disolución

o liquidación de la sociedad, por razón del avalúo de los bienes sociales o por cualquier otra cuestión no podrán ser llamados a los tribunales de justicia, sino que será dirimida y resuelta sin recurso alguno por arbitraje. CLAUSULA DECIMA NOVENA. (DISOLUCION Y LIQUIDACION): Son causas de disolución de esta sociedad: a) el acuerdo tomado en este sentido por la junta general de accionistas. b) las demás causas que señale el código de comercio y demás leyes. Disuelta la sociedad la liquidación se practicará por la misma sociedad y a estos efectos la junta general de accionistas una vez tomado el acuerdo de disolución o cuando corresponda designara una junta de tres accionistas para que lleven a afectos las operaciones necesarias para la realización de los bienes sociales y su conversión a efectivo o valores negociables. Una vez hecho esta la junta liquidará y formulará la distribución del haber social, la que será sometida a la junta general de accionistas para su aprobación. Quienes manifestaron su aceptación por este cargo. Acto seguido la junta general de accionistas puso a disposición un proyecto de estatutos que han de regir a la sociedad el que fue presentado por las mismas partes y cual por unanimidad de voto fue debidamente aprobado. Esta junta directiva toma posesione en este acto y entrara en funciones a partir del día de hoy, así se expresaron los comparecientes bien instruidos por mi el notario a cerca del alcance valor y trascendencia legal de este acto, así como del objeto de las cláusulas legales que aseguran su validez, de las especiales que contiene y de las que envuelve, renuncia y estipulaciones implícitas y explícitas, así como de la necesidad de inscribir el testimonio que libre de esta escritura en el registro mercantil correspondiente. Leído que fue por mi, el notario, íntegramente todo lo escrito a los comparecientes, lo encuentran conforme, aprueban y ratifican en todas sus partes sin hacerle modificación alguna. Firman todos conmigo, el notario, que doy fe de todo aquí lo relacionado.

PASO ANTE MI al reverso del folio dieciocho

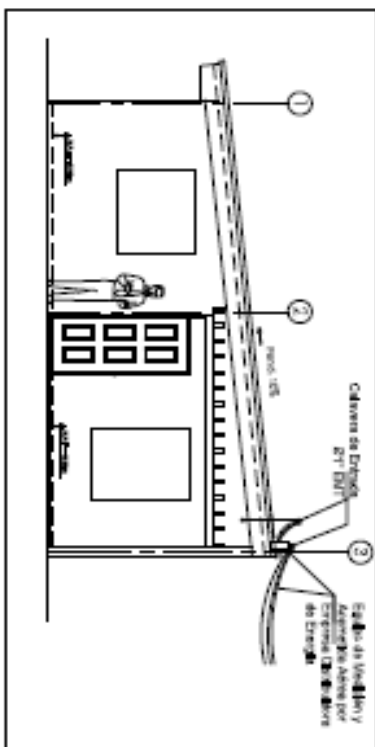
(18) frente del folio veintitrés (23) de mi protocolo numero uno (1) que llevo durante el presente año y a solicitud de la señora DANIEL BOLAÑOS en su carácter de presidente de la sociedad, libro este PRIMER TESTIMONIO en cinco folios útiles de papel sellado de ley, los cuales firmo, sello y rubrico en la ciudad de MANAGUA a las diez y veinticinco minutos de la mañana del 20 de Julio del año dos mil DOCE.-

WILLIAM ALFONSO ROMERO CARRERO Abogado y Notario

PLANOS ELÉCTRICOS

[illegible]

NOTAS GENERALES SISTEMA ELÉCTRICO

[illegible]

CONDOMINIUM APART. 200
PROJECTO INALTA CALIDAD
DE APARTAMENTOS

NOTAS GENERAL

www.speed.com
 NOTAS GERAIS
 NOTAS GERAIS

© 2004 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

AND, WITHIN THE COMMUNITY

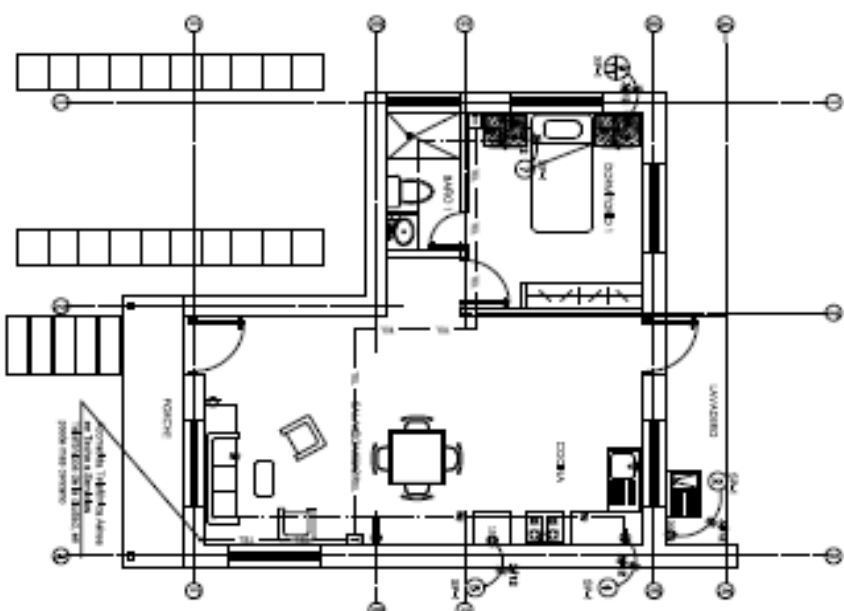
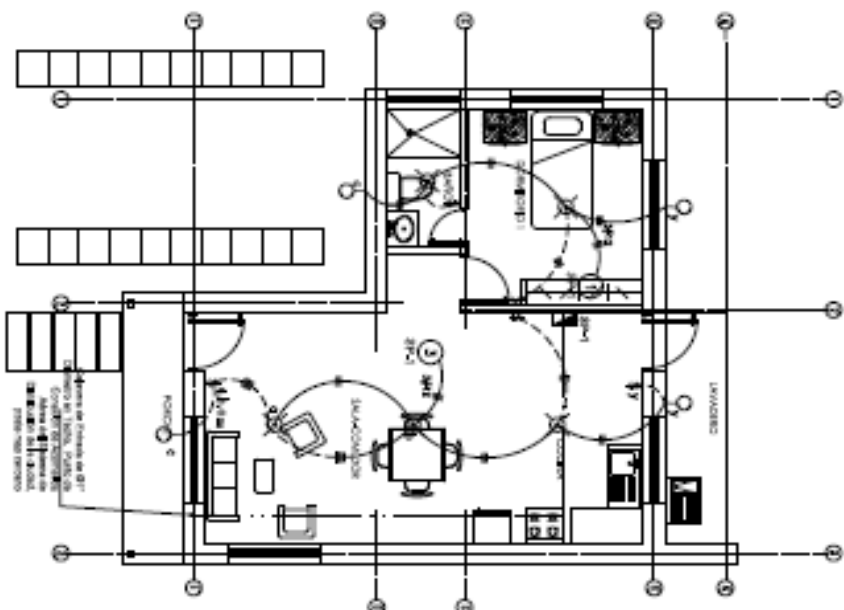
4278

1000

1

1

1



TÍTULO
CONDOMINIO APAR ECO
PROYECTO SUSTENTACIONAL
DE APARTAMENTOS

PROYECTO
Módulo de Vivienda I

CONTENIDO
PLANTA DE ILUMINACION
Y TERMOSOLANTES

FECHA
09.04.2012

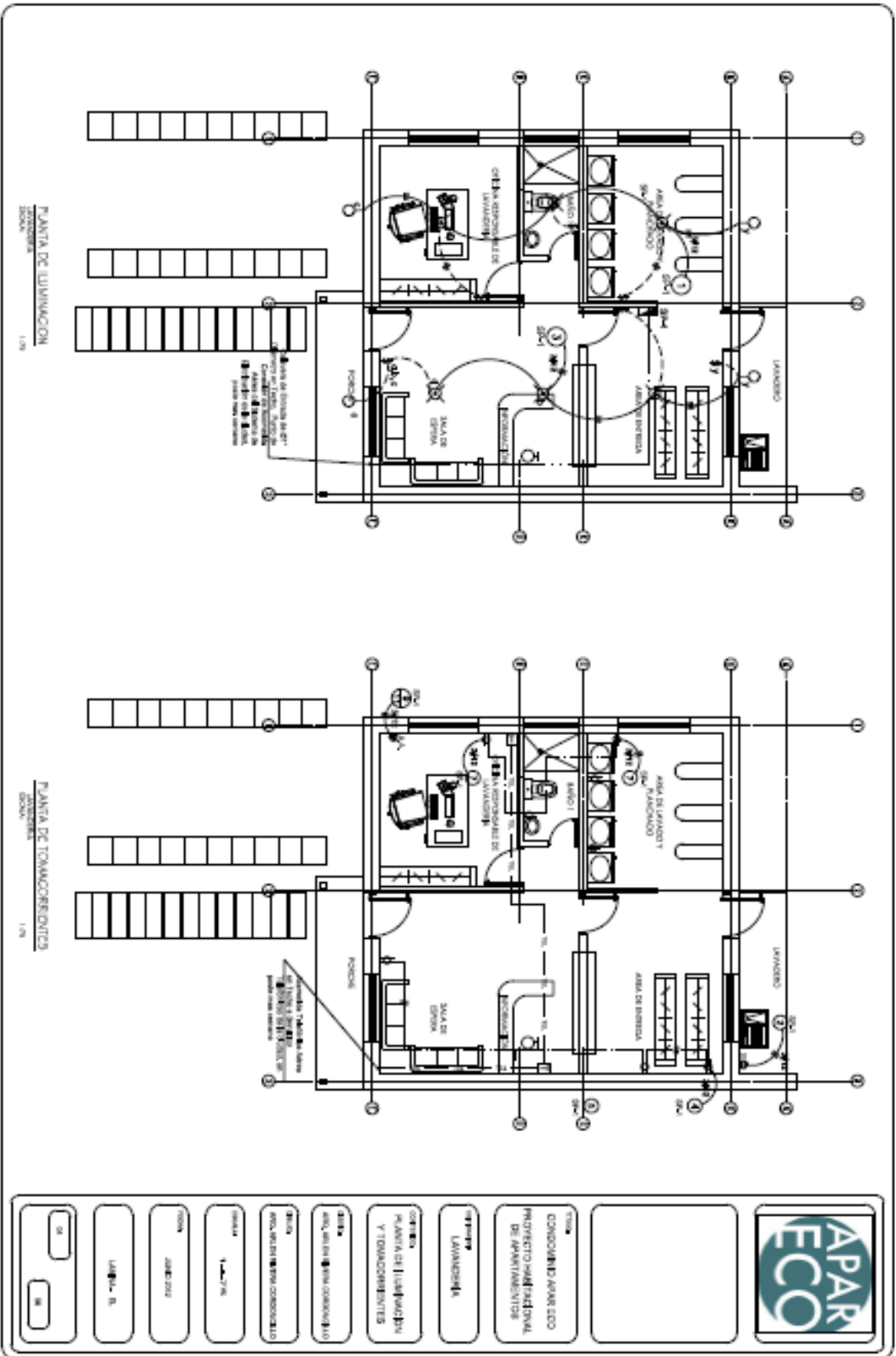
FECHA
09.04.2012

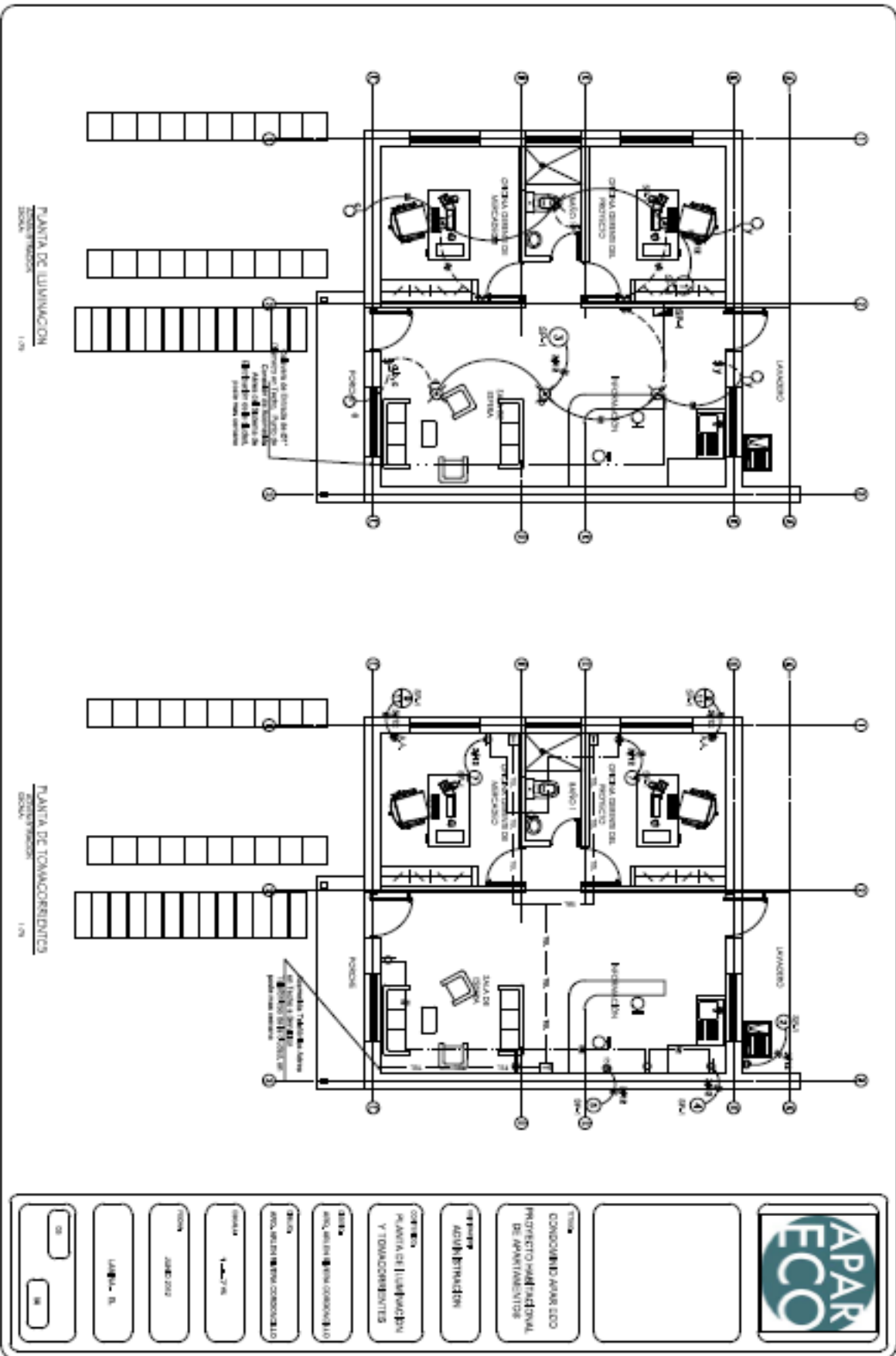
FECHA
14.04.2012

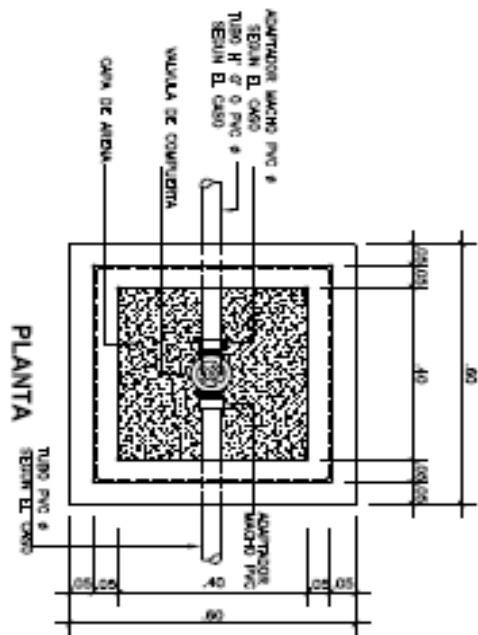
FECHA
20.04.2012

FECHA
20.04.2012

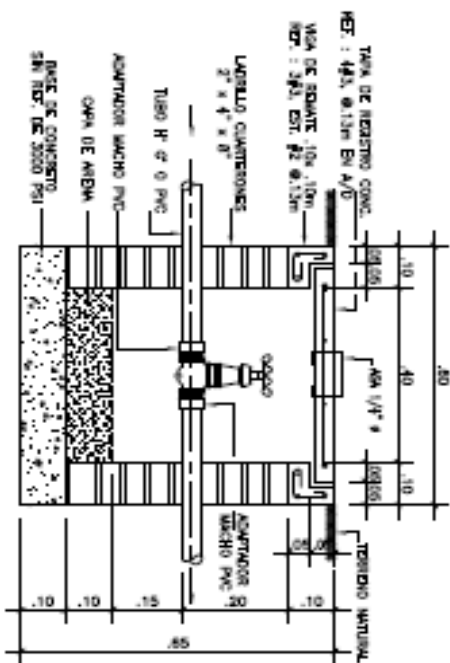
FECHA
20.04.2012







PLANTA



SECCION
DETALLE DE CAJA PARA VALVULA DE PASE

NOTAS GENERALES SANITARIAS

- 1-1) TODOS LOS CORTADOS SANCIONADOS DEBERAN SER INSTALADOS Y APROBADOS DE ACUERDO CON LOS REQUISITOS DE EROWAL.
- 2-1) LOS TUBEROS PARA LOS CORTADOS SANCIONADOS DEBERAN COMPLETAMENTE NUEVOS Y SE INSTALARAN DE ACUERDO A LOS SIGUIENTES ESPECIFICACIONES :
 - A) SERTIDA DE CEMENTO SANCIONADA INTERIOR Y EXTERIOR SERA CONCRETADO CON TURBINA P.V.C. 305-11
 - LA TURBINA PARA EL SERTIDA DE AGUA POTABLE SERA CONSTRUCTA E INSTALADA CON TURBINA P.V.C. 305-11 PARA DIAMETRO DE 1/2". PVC 305-11 PARA DIAMETROS DE 3/4 Y MAYORES.
 - LOS TUBEROS PARA AGUA POTABLE EN TODOS LOS TUBOS VERTICALES SERA INSTALADA CON TURBINA DE HIERRO GALVANIZADO CLASE ASTM A-130 O A-133.
- 3-1) LA TURBINA PARA AGUA POTABLE RA SERTIDURA A 120 M DEBE LA CORONA DE LOS TUBOS HACIA LA PARTE DE LAS CALLES EN ARBES DE VELOCIDAD DE VEHICULOS Y A 0.40 M EN EL INTERIOR DE LOS BARRIOS Y EN LAS ARBES VERTICALES.
- 4-1) EN GENERAL EL ALIENAMIENTO, SERVICION ENTRE LOS TUBEROS, SON EQUIVOCAMENTE INSTALANTE TODOS LOS CORTADOS Y CORTADOS DE LOS CORTADOS O MUELOS SANCIONADOS, DESMONTAN LOS DIAMETROS Y RECONSTRUYEN INDICADOS DE LOS PLANOS.
- 5-1) SE DEBERA DE CORTAR EL AGUERO UN ALCEO COMPLETO DE PLANOS EN ARCHIVO DE DISEÑO DONDE SE DEBERA MOSTRAR TODOS LOS CAMBIOS APROBADOS EN EL TRANSICION DE LA OBRA Y DE LAS INSTALACIONES DE GENERAL, SANCIONADOS INTERIOR, ALIENAMIENTO Y SERTIDOS Y VARIAS, CORTADOS O MUELOS, SANCIONADOS, TUBOS DE TURBINA Y CORTADOS OTRA INFORMACION ADICIONAL DE INTERES PARA EL MANEJO DE LOS TUBEROS.
- 6-1) EL SERTIDA DE AGUA POTABLE SE DEBERA SANCIONAR A FRECUENCIA DE FRECUENCIA HERMETICA DE 150 PSI POR UN PERIODO UNICO DE 1 (UNA) Y HORA.
- 7-1) EL SERTIDA DE CEMENTO SANCIONADO SE SANCIONA A FRECUENCIA DE AGUA ANTES DE TUBOS LOS TUBEROS Y EL SERTIDA LOS CORTADOS SANCIONADOS, TUBEROS TODOS SERTIDOS SANCIONADOS, CORTADO LAS MAS ALTO Y EL SERTIDA DE CEMENTO DE AGUA HACIA EL DERECHERO.
- 8-1) EL SERTIDA DE AGUA POTABLE SERA CONCRETADO, UNIFORME, INSTALANTE TODA LA TURBINA, ANTES DE INSTALACION DE INTERIOR, CLAVANDO EL CORTADO TUBOS UNA SANCIONADA NO PERIODO DE 30 PSI, DE CORTO RESULTADO EN EL SERTIDO FINAL EL TUBO HACIA EL INTERIOR DE LOS TUBOS, INSTALANTE EL SERTIDA SERA UNICO CON AGUA UNA HORA QUE LA CONCRETACION DE CORTO RESULTADO, SERA UNICO DE 10 PSI.
- 9-1) LA CORTA HERMETICA SERA SERA DE 3.00 MTS DEBERA SANCIONADA CORTA CORTA POR UN PERIODO UNICO DE 30 MINUTOS.
- 10-1) TODOS LOS TUBOS DE TURBINA DE HIERRO GALVANIZADO DEBERAN SER RECONSTRUIDOS CON DOS MANOS DE PINTURA ANTICORROSION.
- 11-1) LAS CALAMAS DE PISO SERAN DE HIERRO UNICO 20MM, UNICO 2415 REPT ASSURED Y 10" TUBO 3" SANCIONADO DE 6" X 6" PARA INSTALACION EN TUBEROS DE 6" DE DIAMETRO.
- 12-1) CUALQUIER ANILLO SANCIONADO QUE SE CONECTA AL SERTIDA DE CEMENTO SANCIONADO, SE PROHIBEN DE UNA TURBINA CON EROWAL EN LOS QUE LA TURBINA INSTALADA.
- 13-1) LOS RECONSTRUIDOS DE INSTALACION CON DIAMETROS DE CORTA SANCIONADA DE PISO Y SE RECONSTRUYEN CON PERNOS Y TUBEROS, NO SE PERMITE REPARAR LAS TURBINA AL PISO.



CONCORDIA APAR EDO
PROFESSOR INSTRUCTOR
DEPARTAMENTO

PLANO DE CONSUMO

PLANTA, ANOULTION DE
DE CONSUMO

TRANSCODING MACHINE CODE

1000

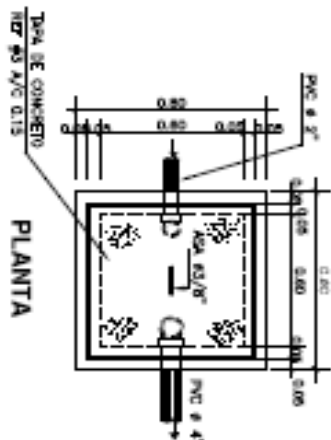
1-4400

1990

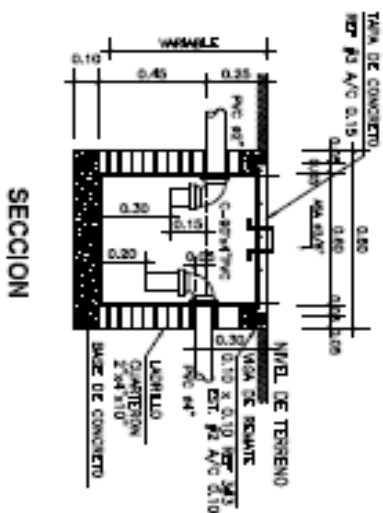
1000

2

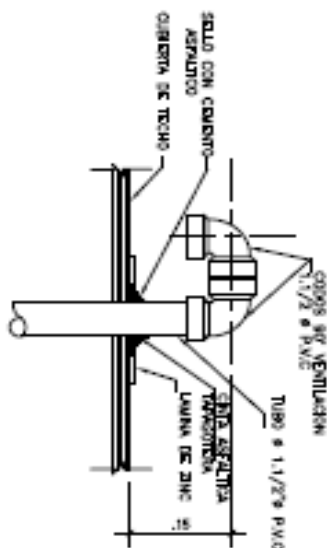
1000



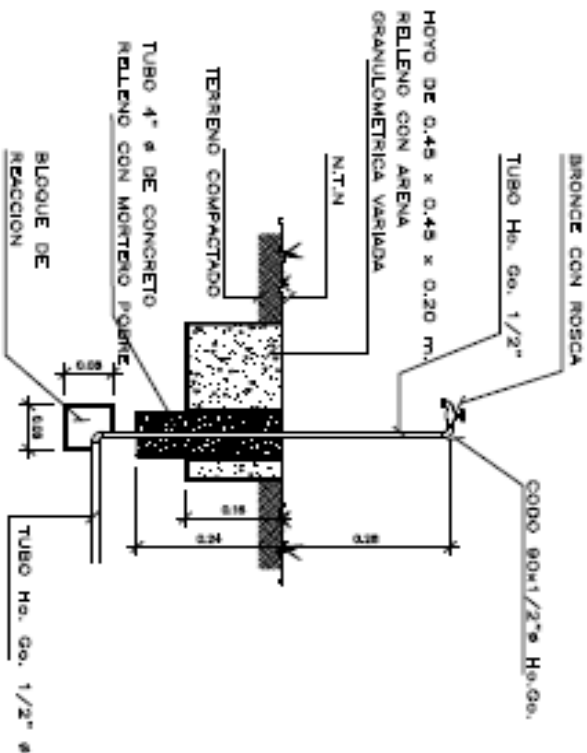
TRAMPA DE GRASA
ESQ. 1-20



TRAMPA DE GRASA
ESQ. 1-20



DETALLE TUBO DE VENTILACION
ESQ. 1-25



DETALLE TIPICO DE LLAVE DE CHORRO



TRAMPA
CONCRETO APAR ECCO
PROTECTOR MECANICO
DE ATRAPAGRASA

PLANO DE CONCRETO

PLANTA ARQUITECTONICA
DE CONCRETO

TRAMPA
DE GRASA CONCRETO

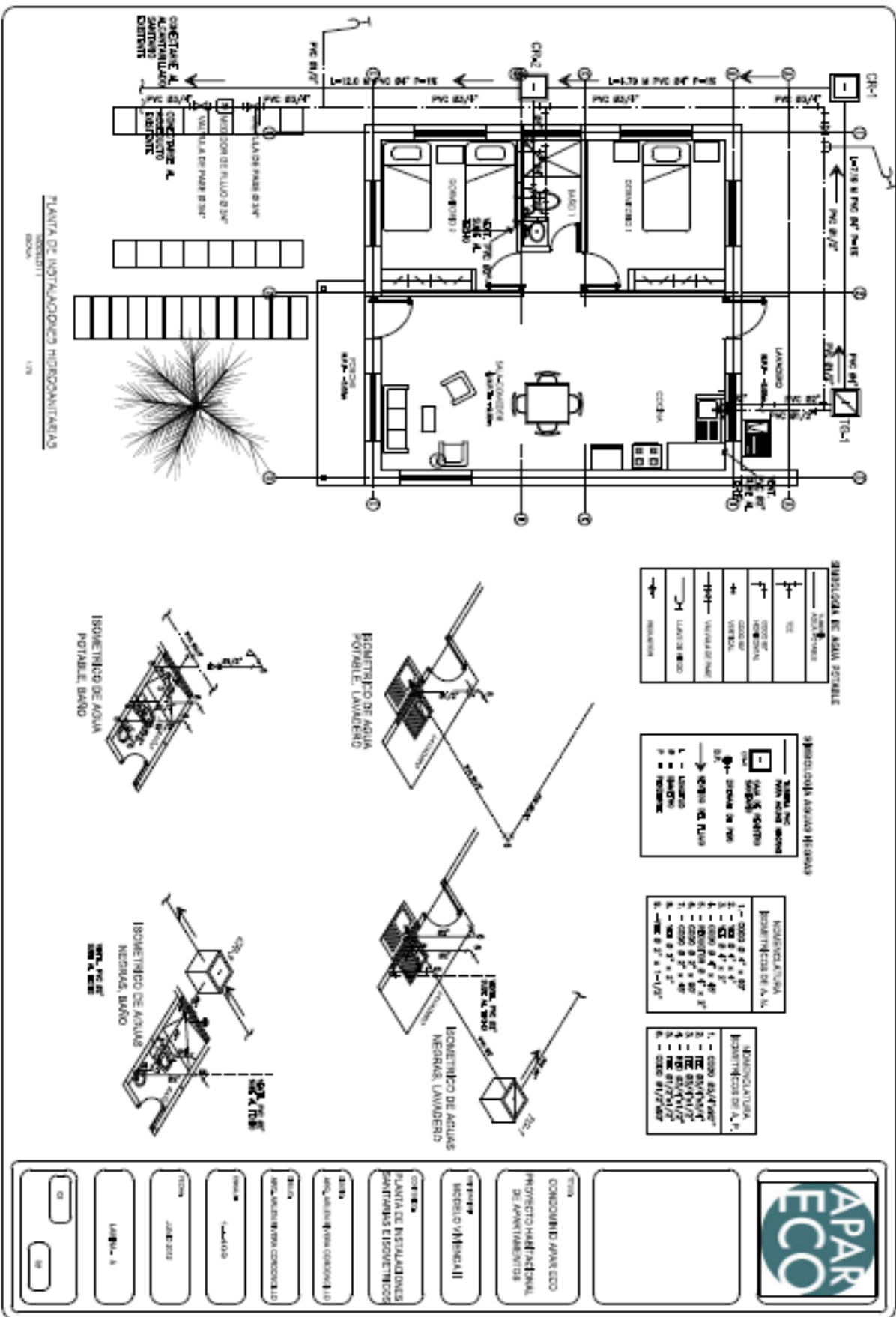
TRAMPA
DE GRASA CONCRETO

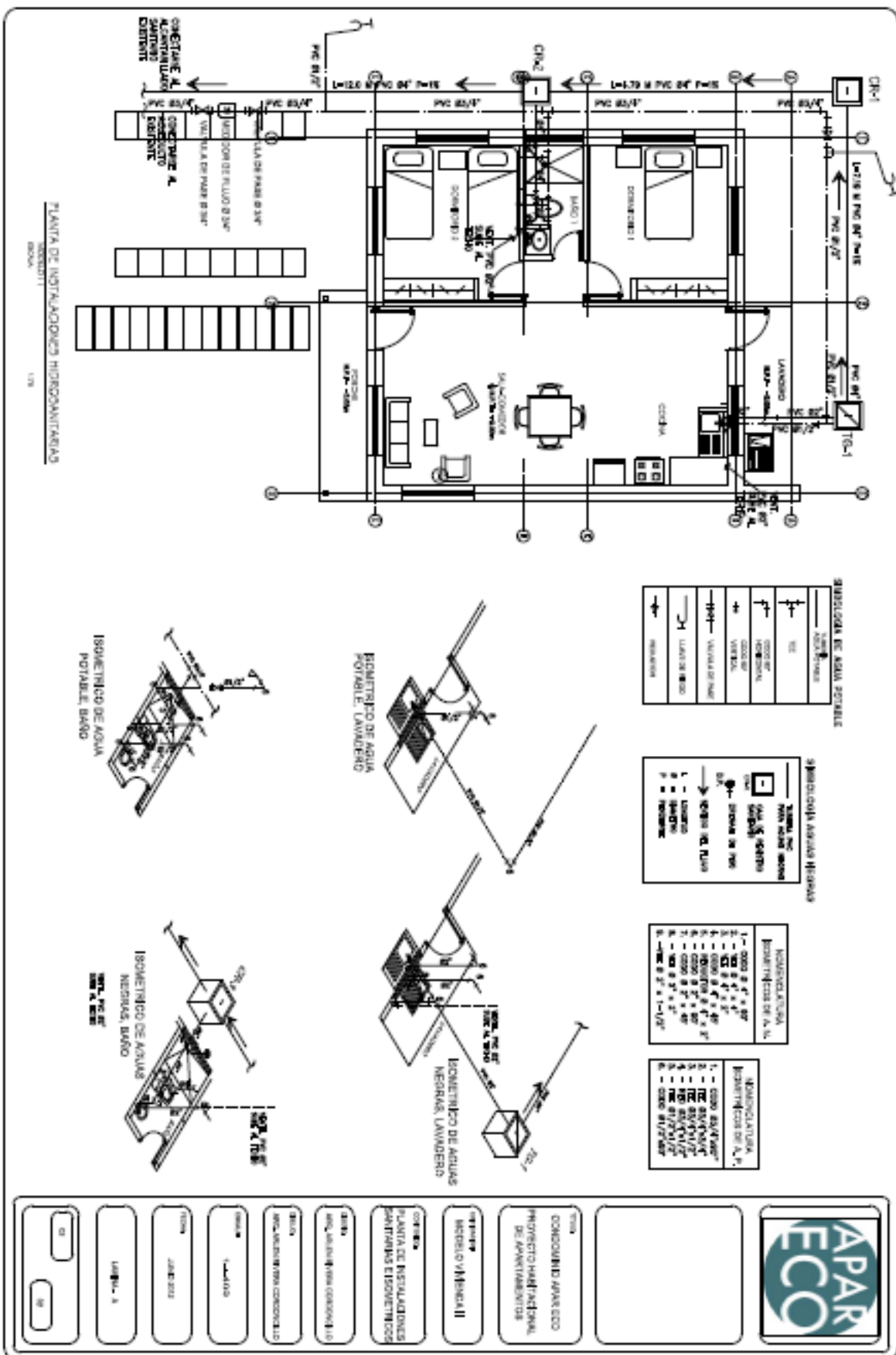
TRAMPA
DE GRASA CONCRETO

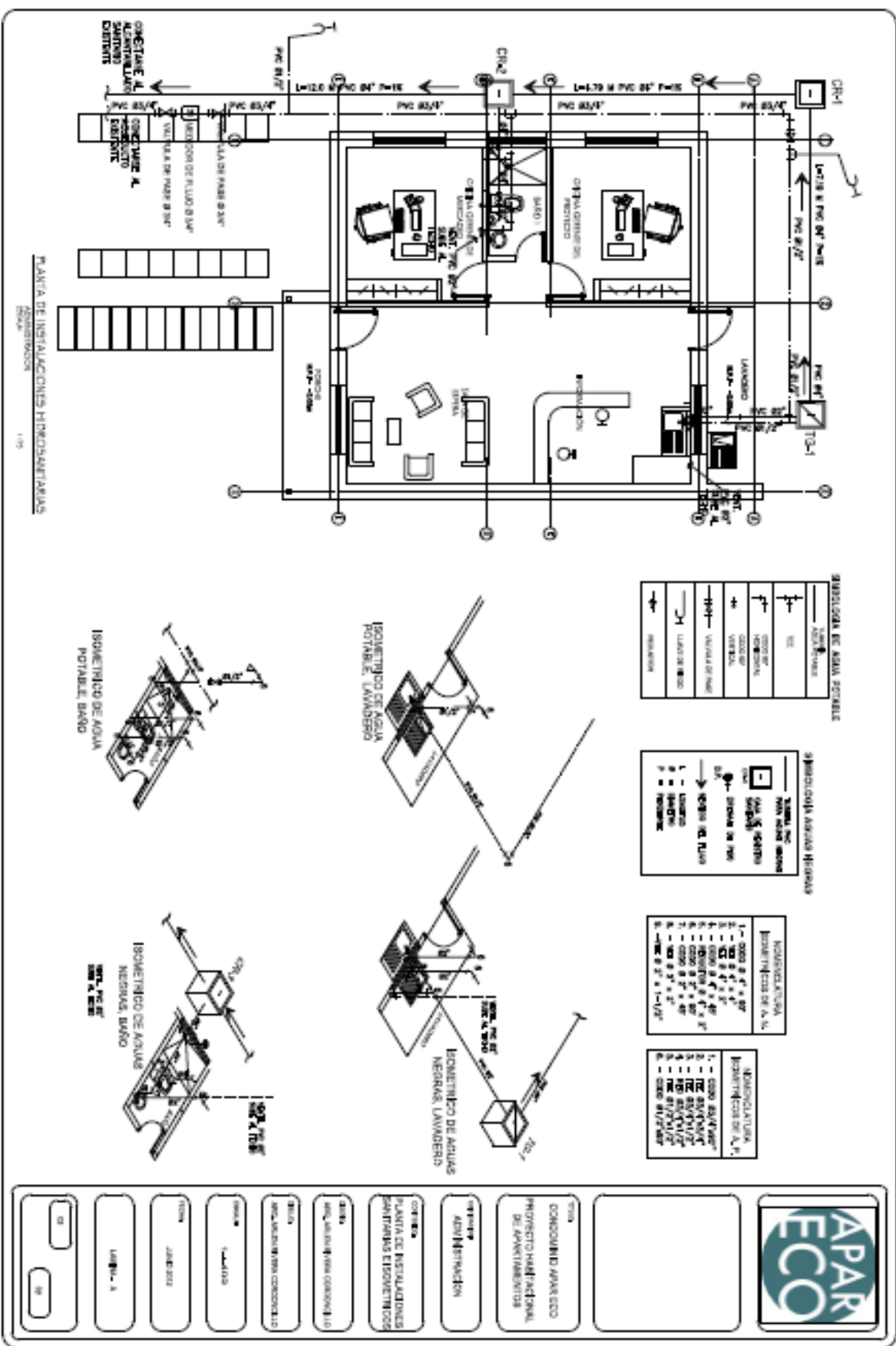
TRAMPA
DE GRASA CONCRETO

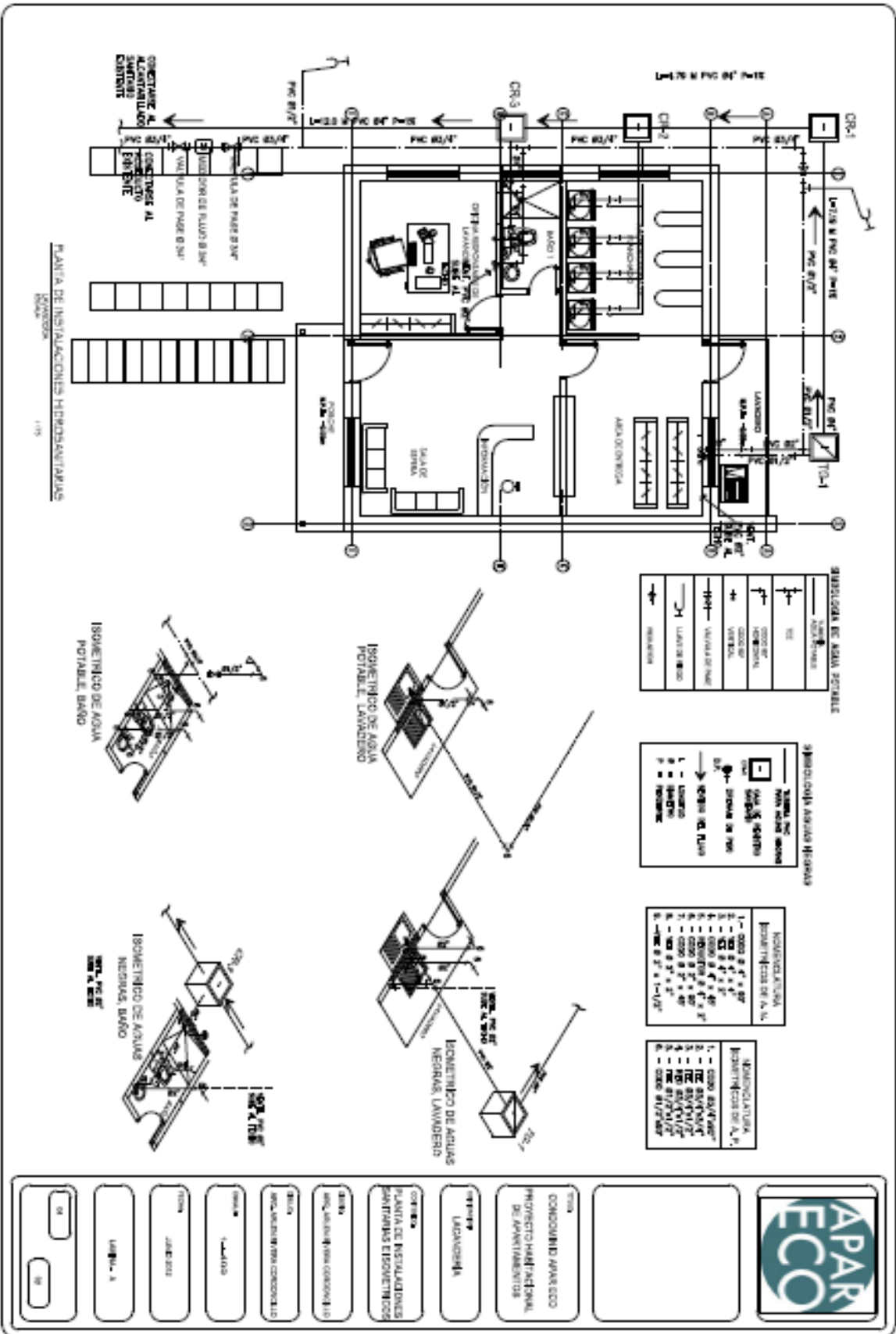
TRAMPA
DE GRASA CONCRETO

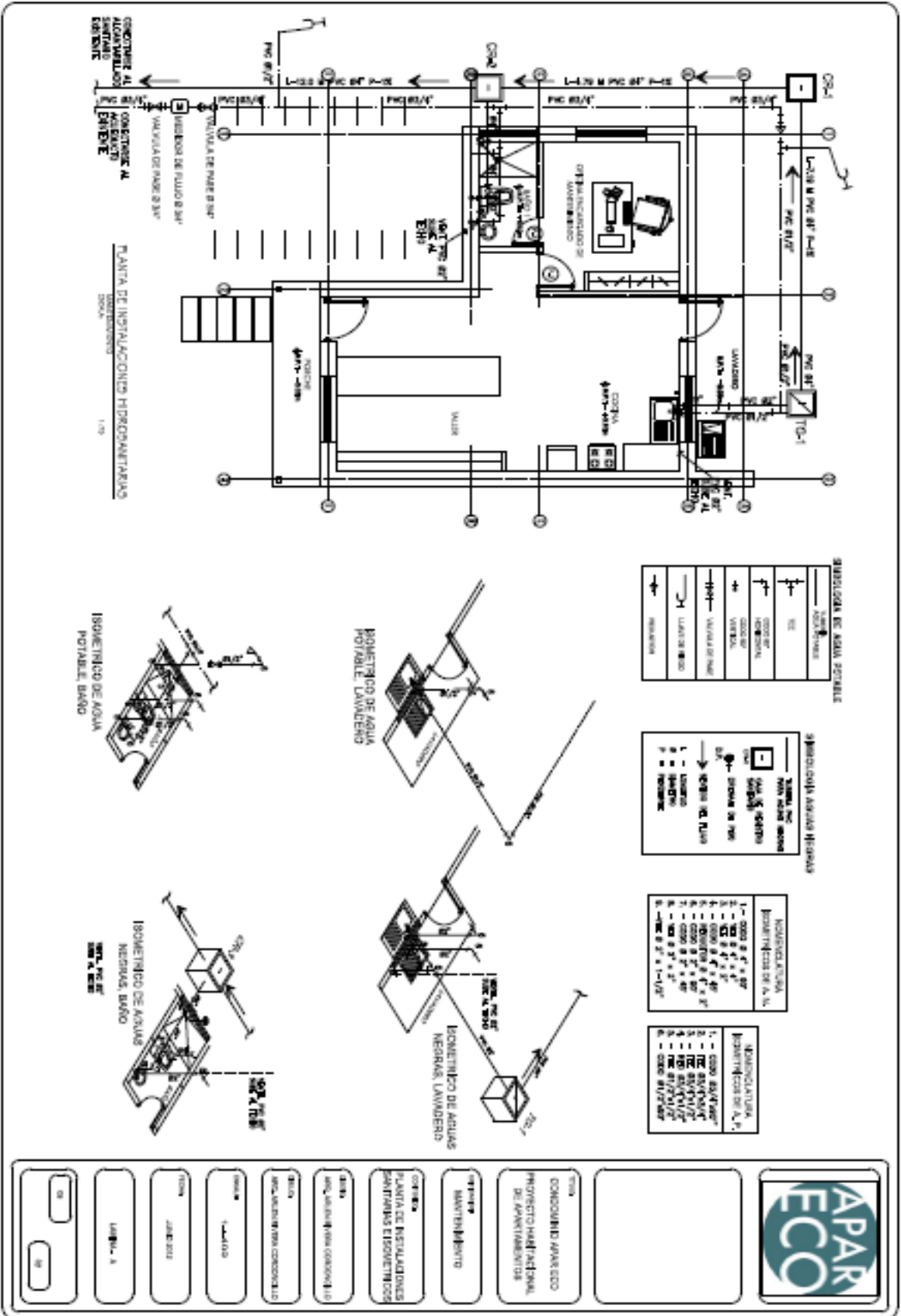
TRAMPA
DE GRASA CONCRETO

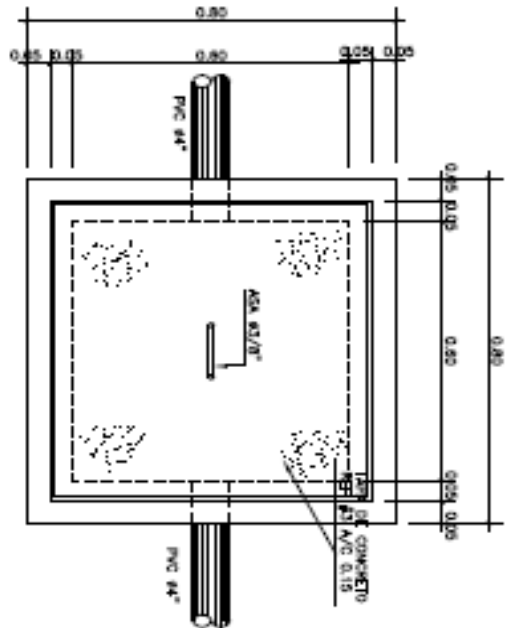






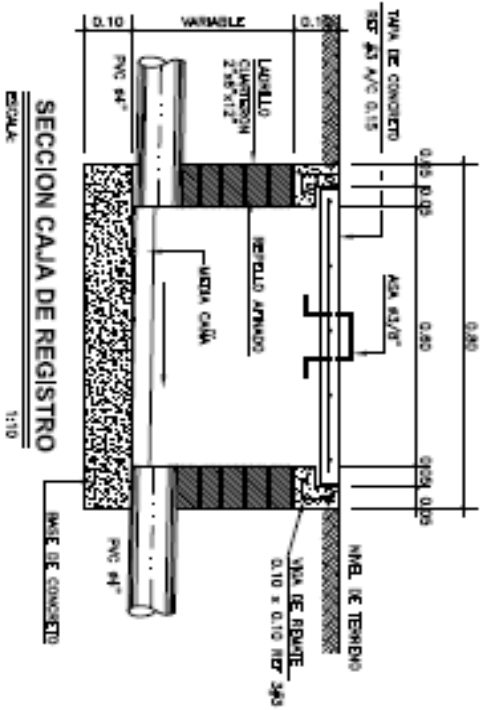






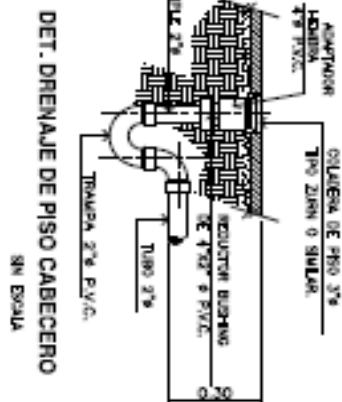
PLANTA CAJA DE REGISTRO SANITARIO (CR-1)
Y CAJA DE REGISTRO PLUVIAL (CP-01)

ESCALA 1:10

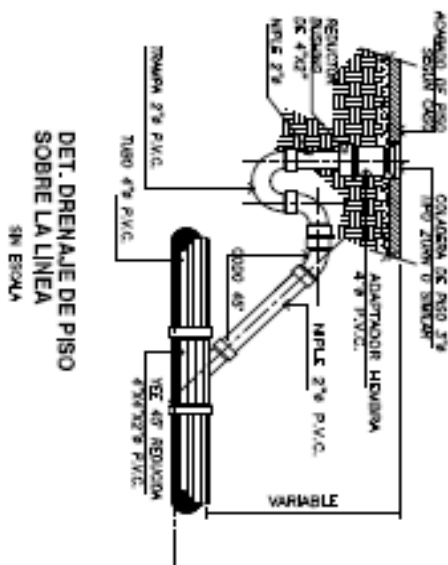


SECCION CAJA DE REGISTRO

ESCALA 1:10



DET. DRENAJE DE PISO CABECERO
SIN ESCALA



DET. DRENAJE DE PISO
SOBRE LA LINEA
SIN ESCALA



TIPO
CONCRETO APAR ECO
PROTECTOR HIGIENIZANTE
DE APERTURAS

PLANTAS DE CONCRETO

PLANTA, ABOLUCIONICA
DE CONCRETO

CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

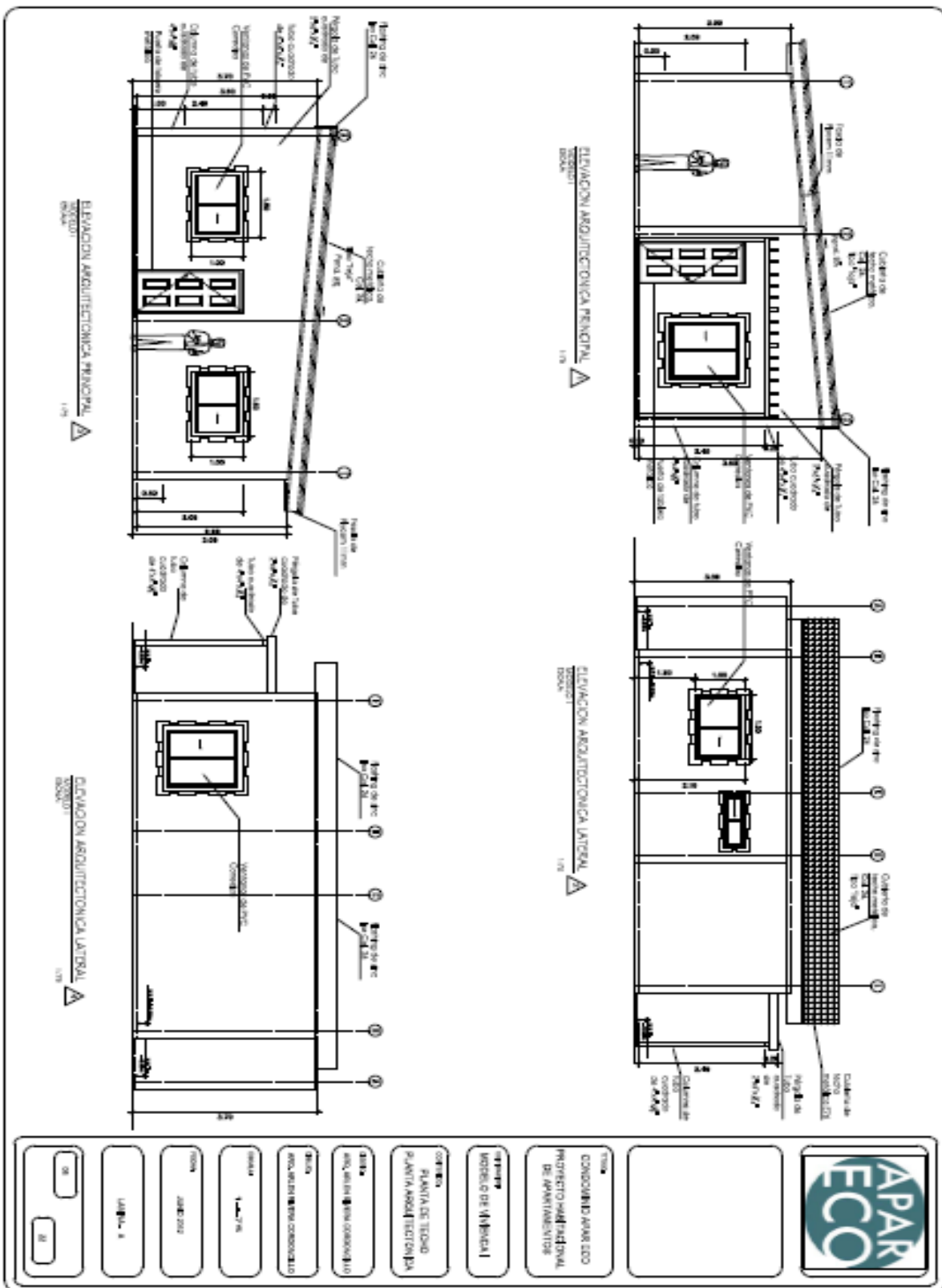
CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

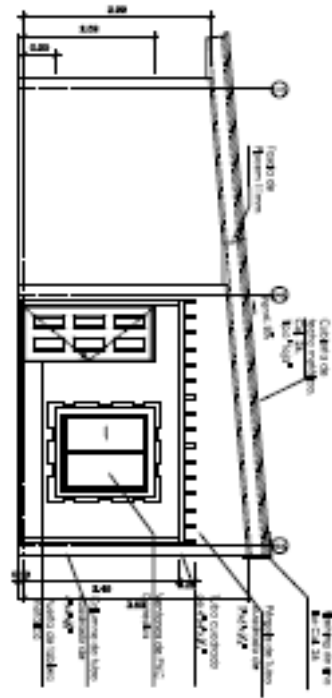
CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

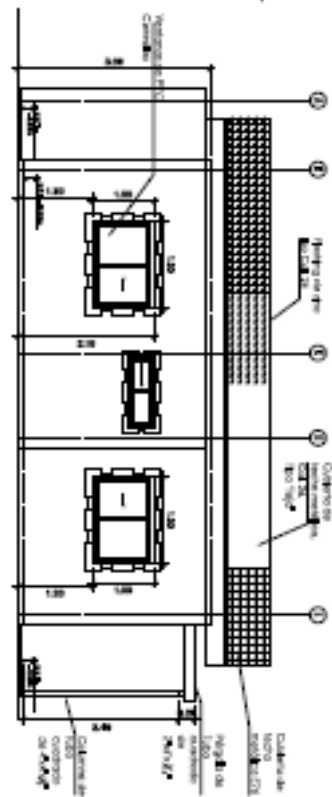
CAJAS
DE ALTA PRESION CONCRETO

PLANOS DE ELEVACIONES

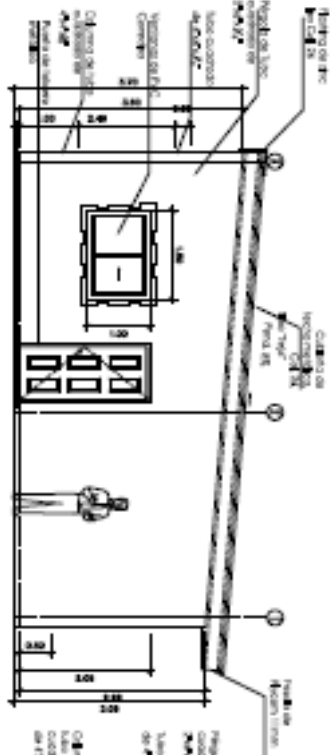




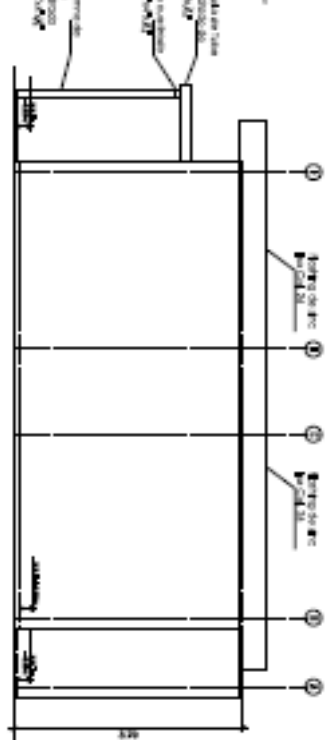
ELEVACION ARQUITECTONICA PRINCIPAL
1/20



ELEVACION ARQUITECTONICA LATERAL
1/20



ELEVACION ARQUITECTONICA PRINCIPAL
1/20



ELEVACION ARQUITECTONICA LATERAL
1/20



CONDOMINIO JAMES ECO
PROYECTO HABITACIONAL
DE APARTAMENTOS

RECIBIDO DE VINCULAR

PLANTA DE TECHO
PLANTA ARQUITECTONICA

APAR ECO DE VINCULAR

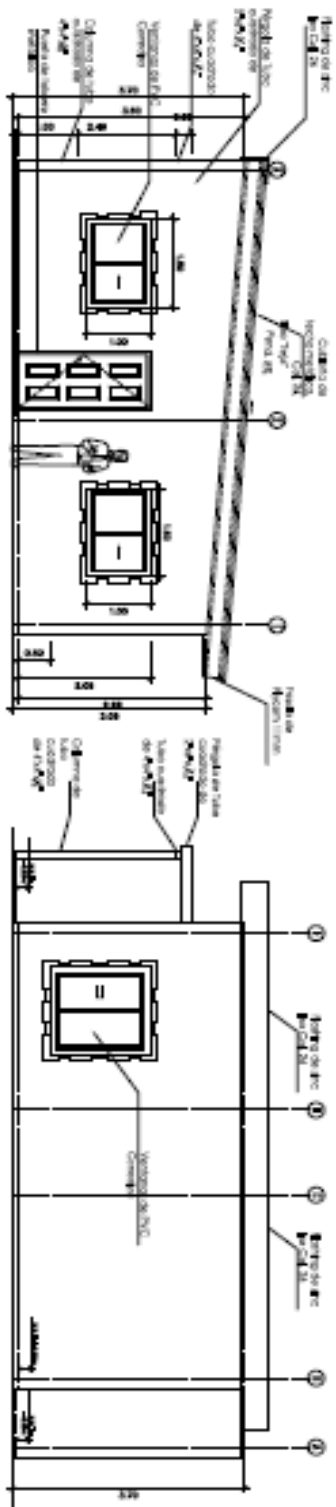
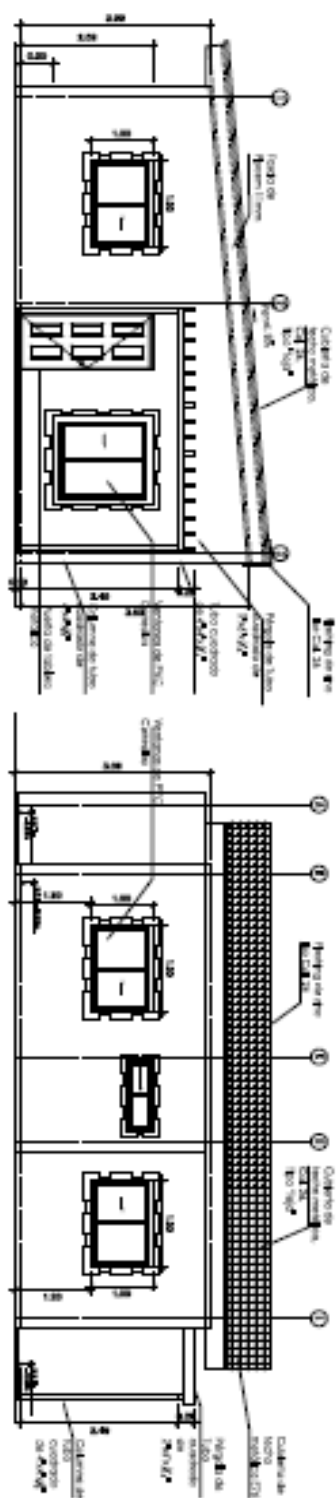
APAR ECO DE VINCULAR

APAR ECO DE VINCULAR

APAR ECO DE VINCULAR

APAR ECO DE VINCULAR

APAR ECO DE VINCULAR



TÍTULO
CONDOMINIO APAR ECO
PROYECTO HABITACIONAL
DE APARTAMENTOS

PROYECTO
INTERIORES DE VIVIENDA

CONTENIDO
ELEVACION 1
ELEVACION 2

ÁREA
ÁREA DE VIVIENDA CONDOMINIO

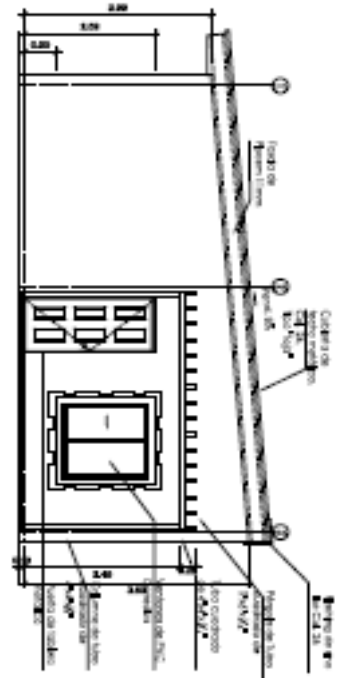
ÁREA
ÁREA DE VIVIENDA CONDOMINIO

ÁREA
ÁREA DE VIVIENDA CONDOMINIO

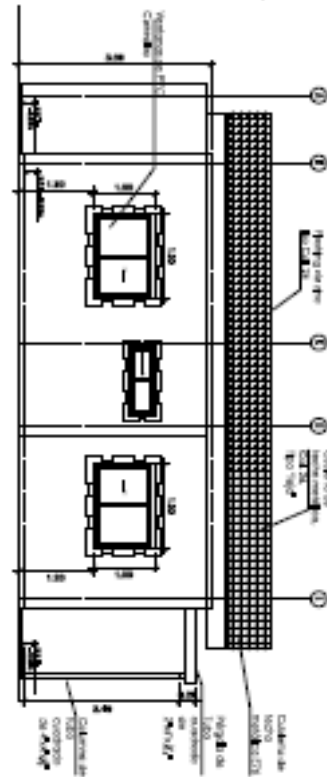
ÁREA
ÁREA DE VIVIENDA CONDOMINIO

ÁREA
ÁREA DE VIVIENDA CONDOMINIO

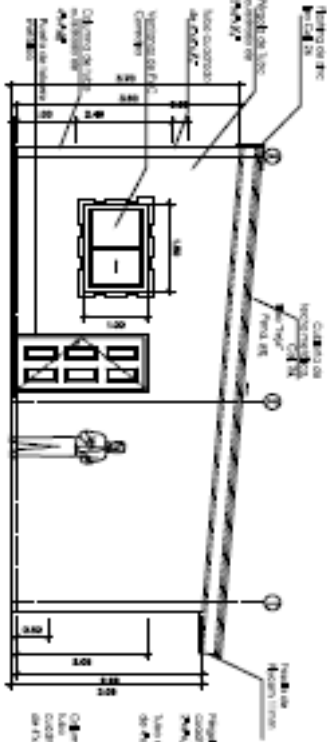
ÁREA
ÁREA DE VIVIENDA CONDOMINIO



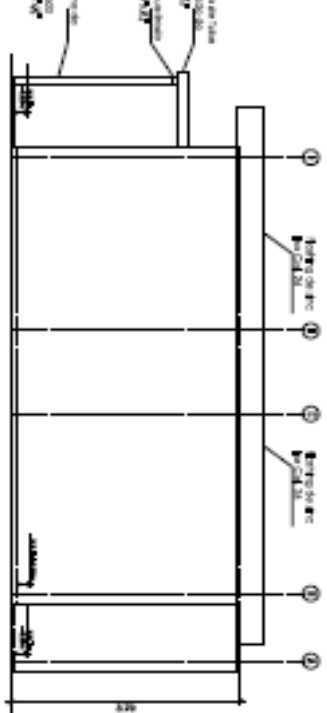
ELEVACION ARQUITECTONICA PRINCIPAL
TITULO
ELEVACION
Escala 1:20



ELEVACION ARQUITECTONICA LATERAL
TITULO
ELEVACION
Escala 1:20



ELEVACION ARQUITECTONICA PRINCIPAL
TITULO
ELEVACION
Escala 1:20



ELEVACION ARQUITECTONICA LATERAL
TITULO
ELEVACION
Escala 1:20



TITULO

CONDOMINIO APAR ECO
PROYECTO MAINTENIMIENTO
DE ADMINISTRACION

PROYECTO
MANTENIMIENTO DE VIVIENDAS

CONTENIDO
ELEVACION 1
ELEVACION 2

SECCION
SECCION A-A

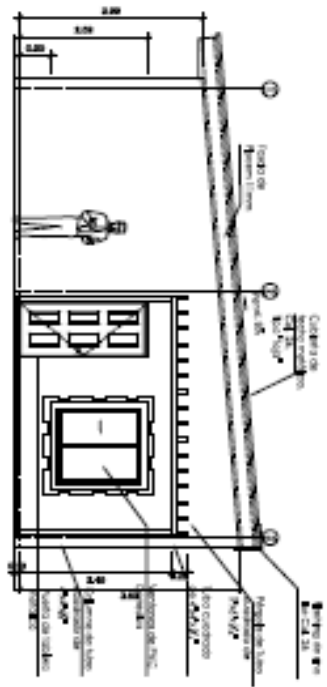
SECCION
SECCION B-B

SECCION
SECCION C-C

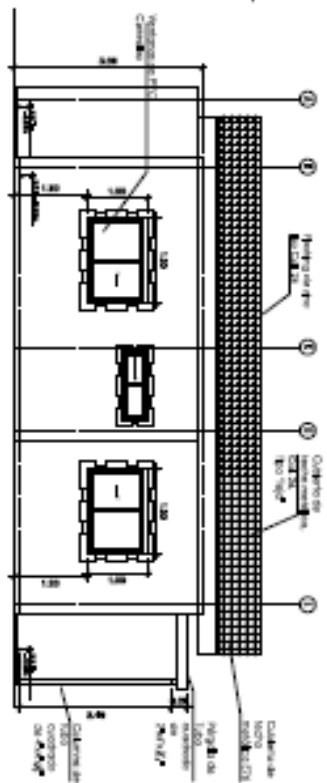
SECCION
SECCION D-D

SECCION
SECCION E-E

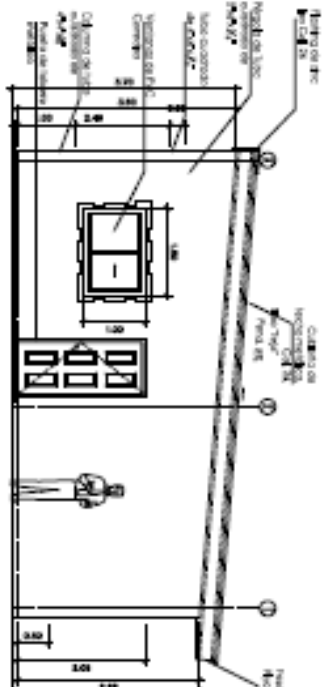
SECCION
SECCION F-F



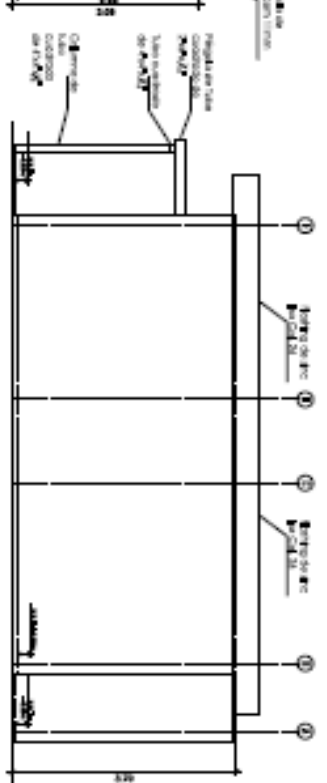
ELEVACION ARQUITECTONICA PRINCIPAL
1/20



ELEVACION ARQUITECTONICA LATERAL
1/20



ELEVACION ARQUITECTONICA PRINCIPAL
1/20



ELEVACION ARQUITECTONICA LATERAL
1/20



CONDOMINIO APAR ECO
PROYECTO HABITACIONAL
DE APARTAMENTOS

PROYECTO DE MANEJO

ELEVACION 2
ELEVACION 4

PROYECTO DE MANEJO

PROYECTO DE MANEJO

PROYECTO DE MANEJO

PROYECTO DE MANEJO

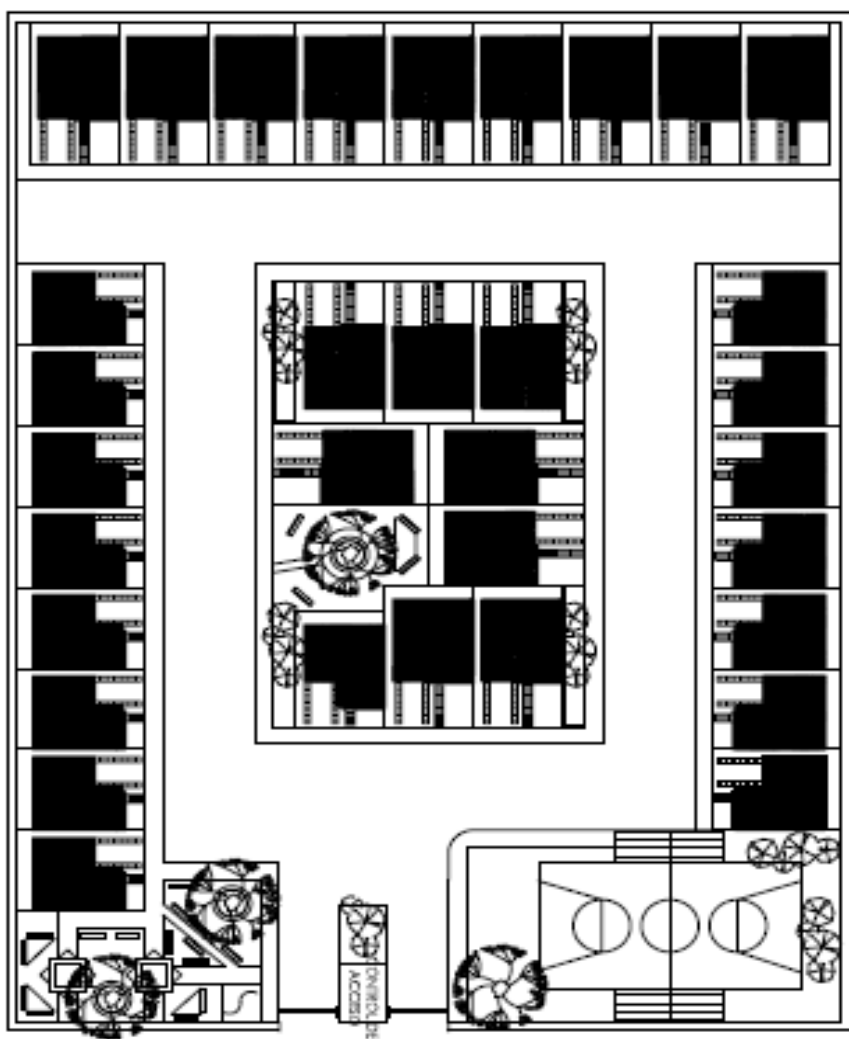
PROYECTO DE MANEJO

PROYECTO DE MANEJO

INDICE DE LÁMINAS	
NO.	
A-01	PLATE DE LAMINAS
A-02	PLANO DE UBICACION Y LOCALIZACION
A-03	PLANO DE CONSULTO / PLANTA ARQUITECTONICA DE CONSULTO
A-04	PLANO DE CONSULTO / PLANTA ARQUITECTONICA DE DISTRIBUCION DE LOTES
A-05	MODELO DE VENTANA I / PLANTA DE TECHOS Y ARQUITECTONICA
A-06	MODELO DE VENTANA I / ELEVACIONES LOCAL
A-07	MODELO DE VENTANA II / PLANTA DE TECHOS Y ARQUITECTONICA
A-08	MODELO DE VENTANA II / ELEVACIONES LOCAL
A-09	ARQUITECTONICO / PLANTA DE TECHOS Y ARQUITECTONICA
A-10	ARQUITECTONICO / ELEVACIONES LOCAL
A-11	LAMINADO / PLANTA DE TECHOS Y ARQUITECTONICA
A-12	LAMINADO / ELEVACIONES LOCAL
A-13	ARQUITECTONICO / PLANTA DE TECHOS Y ARQUITECTONICA
A-14	ARQUITECTONICO / ELEVACIONES LOCAL
A-15	CUANDO DE ARQUITECTONICO POR MODELO Y ELEVACIONES LOCAL
A-16	TABLA DE PUERTAS Y VENTANAS Y ACABADOS
A-17	PERSPECTIVAS DE CONSULTO
A-18	PERSPECTIVAS MODELO DE VENTANA I
A-19	PERSPECTIVAS MODELO DE VENTANA II
A-20	PERSPECTIVAS ARQUITECTONICA
A-21	PERSPECTIVAS LAMINADO
A-22	PERSPECTIVAS ARQUITECTONICA

INDICE DE LÁMINAS	
NO.	
E-01	MEDIO DE VINCULA I / PLANTA ESTRUCTURAL DE FUNCIONES Y DETALES
E-02	MEDIO DE VINCULA II / PLANTA ESTRUCTURAL DE FUNCIONES Y DETALES
E-03	ACERTEJAMIENTO / PLANTA ESTRUCTURAL DE FUNCIONES Y DETALES
E-04	LAMINACION / PLANTA ESTRUCTURAL DE FUNCIONES Y DETALLES
E-05	MANIFIESTO / PLANTA ESTRUCTURAL DE FUNCIONES Y DETALLES
E-06	MEDIO DE VINCULA III / PLANTAS ELECTRICAS DE ILUMINACION Y TOMACORRIENTES
E-07	MEDIO DE VINCULA IV / PLANTAS ELECTRICAS DE ILUMINACION Y TOMACORRIENTES
E-08	ACERTEJAMIENTO / PLANTAS ELECTRICAS DE ILUMINACION Y TOMACORRIENTES
E-09	LAMINACION / PLANTAS ELECTRICAS DE ILUMINACION Y TOMACORRIENTES
E-10	MANIFIESTO / PLANTAS ELECTRICAS DE ILUMINACION Y TOMACORRIENTES
E-11	PLANO DE DETALLES Y NOTAS GENERALES
E-12	
E-13	MEDIO DE VINCULA I / PLANTAS HEROSIAFARMACIAS BIENHECHOS
E-14	MEDIO DE VINCULA II / PLANTAS HEROSIAFARMACIAS BIENHECHOS
E-15	MEDIO DE VINCULA III / PLANTAS HEROSIAFARMACIAS BIENHECHOS
E-16	ACERTEJAMIENTO / PLANTAS HEROSIAFARMACIAS BIENHECHOS
E-17	LAMINACION / PLANTAS HEROSIAFARMACIAS BIENHECHOS
E-18	MANIFIESTO / PLANTAS HEROSIAFARMACIAS BIENHECHOS
E-19	PLANO DE DETALLES Y NOTAS GENERALES

		TITULO CONDOMINIO APAR ECO PROYECTO HABITACIONAL DE APARTAMENTOS		DEPARTAMENTO INTERIORES DE LA HABANA		CUBA PROYECTO DE PLANOS		AREA AREA DE LA FASE CONDOMINIO		AREA AREA DE LA FASE CONDOMINIO		PLANTA PLANTA DE LA FASE CONDOMINIO		ESCALA 1:100		FECHA JUNIO 2002		LUGAR LA HABANA		OT SI	
---	--	---	--	---	--	----------------------------	--	------------------------------------	--	------------------------------------	--	--	--	-----------------	--	---------------------	--	--------------------	--	----------	--



PLANTA DE CONJUNTO



ACCESO

TABLA DE AREAS

Nº	DESCRIPCION	AREA
1	AREA DE EDUCACION	1704.4 m ²
2	AREA DE RECREACION	314.8 m ²
3	AREA DE SERVICIOS	140.4 m ²
4	AREA DE ESTACIONAMIENTO	1.074.6 m ²
TOTAL		3.234.2 m ²
5	AREA DE EDUCACION	1704.4 m ²
6	AREA DE RECREACION	314.8 m ²
7	AREA DE SERVICIOS	140.4 m ²
TOTAL TOTAL		3.234.2 m ²

1. AREA DE EDUCACION 1704.4 m²

2. AREA DE RECREACION 314.8 m²

3. AREA DE SERVICIOS 140.4 m²

4. AREA DE ESTACIONAMIENTO 1.074.6 m²

5. AREA DE EDUCACION 1704.4 m²

6. AREA DE RECREACION 314.8 m²

7. AREA DE SERVICIOS 140.4 m²

8. TOTAL TOTAL 3.234.2 m²



TITULO
CONDOMINIO APAR ECO
PROYECTO HABITACIONAL
DE APARTAMENTOS

PLANO DE CONJUNTO

PLANTA ARQUITECTONICA
DE CONJUNTO

AREA DE EDUCACION

AREA DE RECREACION

AREA DE SERVICIOS

AREA DE ESTACIONAMIENTO

AREA DE EDUCACION

AREA DE RECREACION

AREA DE SERVICIOS

AREA DE ESTACIONAMIENTO

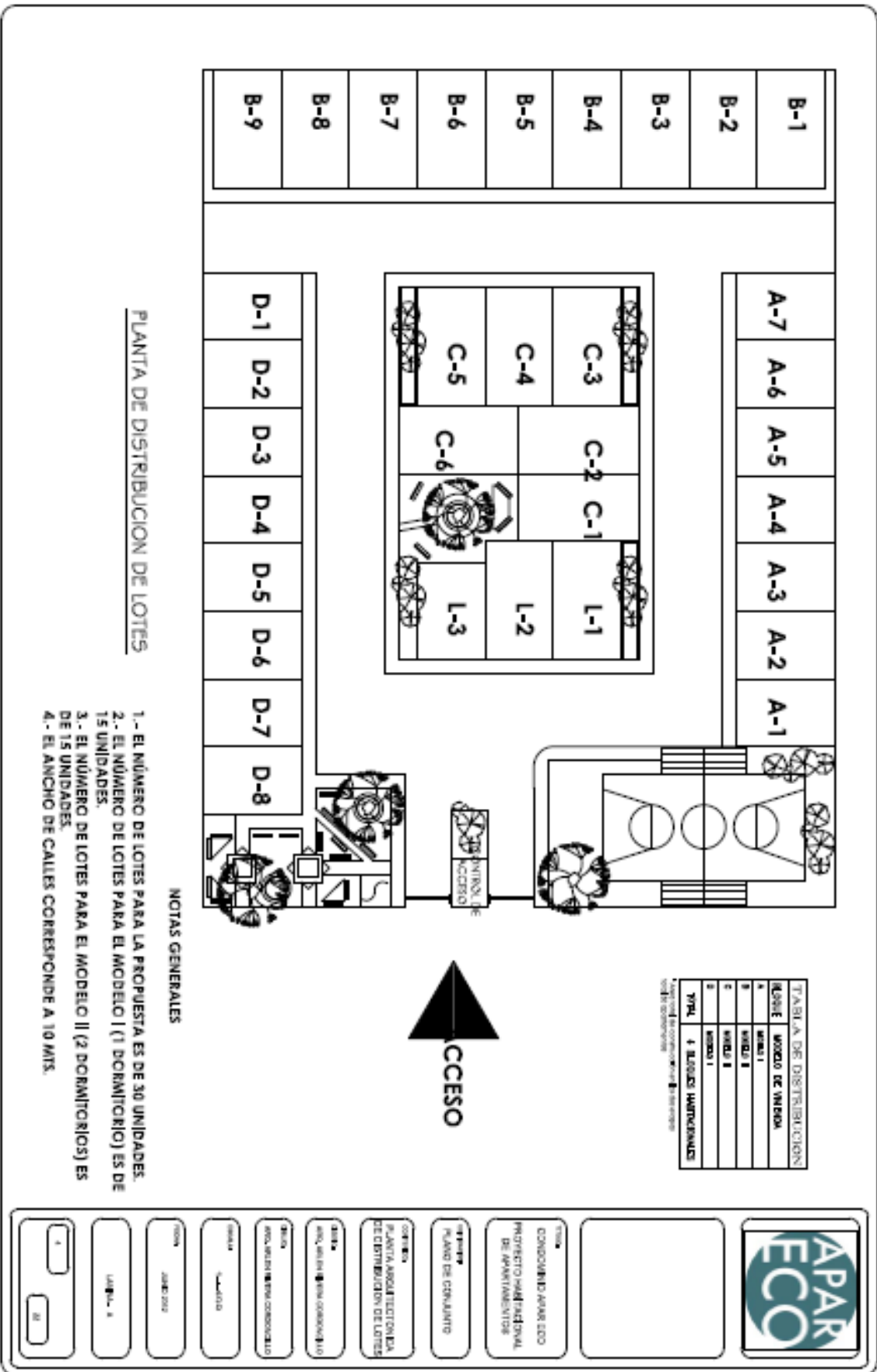


TABLA DE PUERTAS

PUERTA	DIMENSIONES		DESCRIPCION TIPOLOGIA
	ANCHO	ALTO	
P-1	0.97	2.10	PUERTA DE TALLADO INTERIOR, DE UNA ACORRAN AMBITUL
P-2	0.87	2.10	PUERTA DE PVC, DE UNA ACORRAN AMBITUL
P-3	0.77	2.10	PUERTA DE PVC, DE UNA ACORRAN AMBITUL

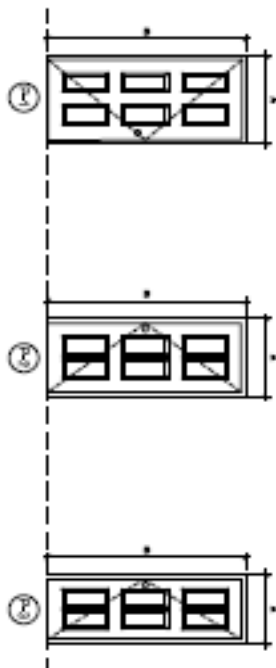


TABLA DE VENTANAS DE VIDRIO Y ALUMINIO

VENTANA	D I M E N S I O N E S			DESCRIPCION TIPOLOGIA
	A	B	C	
V-1	1.50	1.60	0.50	VENTANA DE PVC Y VIDRIO, CON TALLADO
V-2	1.50	1.00	1.10	VENTANA DE PVC Y VIDRIO, CON TALLADO
V-3	1.20	0.40	1.70	VENTANA DE PVC Y VIDRIO, CON TALLADO

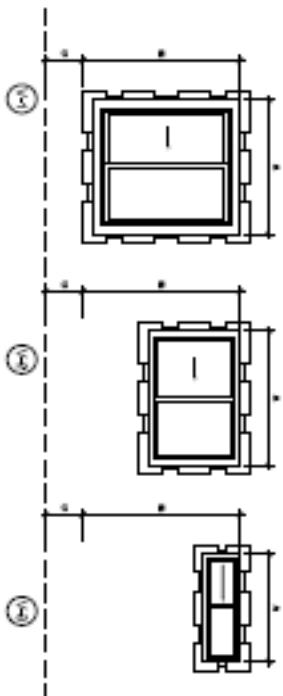


TABLA DE ACABADOS

MODELO BASICO									
NO.	AMBIENTE	ACORRAN	PIEDOS	ACORRAN	PIEDOS	ACORRAN	PIEDOS	ACORRAN	PIEDOS
100	INTERIOR								
101	INTERIOR								
102	INTERIOR								
103	INTERIOR								
104	INTERIOR								
105	INTERIOR								
106	INTERIOR								
107	INTERIOR								
108	INTERIOR								
109	INTERIOR								



CONDOMINIO APAR ECO
PROYECTO HABITACIONAL
DE APARTAMENTOS

PROYECTO
PUERTAS Y VENTANAS

CONTENIDO
TABLA DE PUERTAS
TABLA DE VENTANAS

FECHA
10/01/2012

PROYECTO
PUERTAS Y VENTANAS

FECHA
10/01/2012

PROYECTO
PUERTAS Y VENTANAS

FECHA
10/01/2012

PROYECTO
PUERTAS Y VENTANAS

MODELO I

MODELO II

ADMINISTRACION

AREA	MEAN
101	10.84 mg
102	10.76 mg
103	10.76 mg
104	10.76 mg
105	10.76 mg
106	10.76 mg
107	10.76 mg
108	10.76 mg
109	10.76 mg
110	10.76 mg
111	10.76 mg
112	10.76 mg
113	10.76 mg
114	10.76 mg
115	10.76 mg
116	10.76 mg
117	10.76 mg
118	10.76 mg
119	10.76 mg
120	10.76 mg
121	10.76 mg
122	10.76 mg
123	10.76 mg
124	10.76 mg
125	10.76 mg
126	10.76 mg
127	10.76 mg
128	10.76 mg
129	10.76 mg
130	10.76 mg
131	10.76 mg
132	10.76 mg
133	10.76 mg
134	10.76 mg
135	10.76 mg
136	10.76 mg
137	10.76 mg
138	10.76 mg
139	10.76 mg
140	10.76 mg
141	10.76 mg
142	10.76 mg
143	10.76 mg
144	10.76 mg
145	10.76 mg
146	10.76 mg
147	10.76 mg
148	10.76 mg
149	10.76 mg
150	10.76 mg
151	10.76 mg
152	10.76 mg
153	10.76 mg
154	10.76 mg
155	10.76 mg
156	10.76 mg
157	10.76 mg
158	10.76 mg
159	10.76 mg
160	10.76 mg
161	10.76 mg
162	10.76 mg
163	10.76 mg
164	10.76 mg
165	10.76 mg
166	10.76 mg
167	10.76 mg
168	10.76 mg
169	10.76 mg
170	10.76 mg
171	10.76 mg
172	10.76 mg
173	10.76 mg
174	10.76 mg
175	10.76 mg
176	10.76 mg
177	10.76 mg
178	10.76 mg
179	10.76 mg
180	10.76 mg
181	10.76 mg
182	10.76 mg
183	10.76 mg
184	10.76 mg
185	10.76 mg
186	10.76 mg
187	10.76 mg
188	10.76 mg
189	10.76 mg
190	10.76 mg
191	10.76 mg
192	10.76 mg
193	10.76 mg
194	10.76 mg
195	10.76 mg
196	10.76 mg
197	10.76 mg
198	10.76 mg
199	10.76 mg
200	10.76 mg
201	10.76 mg
202	10.76 mg
203	10.76 mg
204	10.76 mg
205	10.76 mg
206	10.76 mg
207	10.76 mg
208	10.76 mg
209	10.76 mg
210	10.76 mg
211	10.76 mg
212	10.76 mg
213	10.76 mg
214	10.76 mg
215	10.76 mg
216	10.76 mg
217	10.76 mg
218	10.76 mg
219	10.76 mg
220	10.76 mg
221	10.76 mg
222	10.76 mg
223	10.76 mg
224	10.76 mg
225	10.76 mg
226	10.76 mg
227	10.76 mg
228	10.76 mg
229	10.76 mg
230	10.76 mg
231	10.76 mg
232	10.76 mg
233	10.76 mg
234	10.76 mg
235	10.76 mg
236	10.76 mg
237	10.76 mg
238	10.76 mg
239	10.76 mg
240	10.76 mg
241	10.76 mg
242	10.76 mg
243	10.76 mg
244	10.76 mg
245	10.76 mg
246	10.76 mg
247	10.76 mg
248	10.76 mg
249	10.76 mg
250	10.76 mg
251	10.76 mg
252	10.76 mg
253	10.76 mg
254	10.76 mg
255	10.76 mg
256	10.76 mg
257	10.76 mg
258	10.76 mg
259	10.76 mg
260	10.76 mg
261	10.76 mg
262	10.76 mg
263	10.76 mg
264	10.76 mg
265	10.76 mg
266	10.76 mg
267	10.76 mg
268	10.76 mg
269	10.76 mg
270	10.76 mg
271	10.76 mg
272	10.76 mg
273	10.76 mg
274	10.76 mg
275	10.76 mg
276	10.76 mg
277	10.76 mg
278	10.76 mg
279	10.76 mg
280	10.76 mg
281	10.76 mg
282	10.76 mg
283	10.76 mg
284	10.76 mg
285	10.76 mg
286	10.76 mg
287	10.76 mg
288	10.76 mg
289	10.76 mg
290	10.76 mg
291	10.76 mg
292	10.76 mg
293	10.76 mg
294	10.76 mg
295	10.76 mg
296	10.76 mg
297	10.76 mg
298	10.76 mg
299	10.76 mg
300	10.76 mg
301	10.76 mg
302	10.76 mg
303	10.76 mg
304	10.76 mg
305	10.76 mg
306	10.76 mg
307	10.76 mg
308	10.76 mg
309	10.76 mg
310	10.76 mg
311	10.76 mg
312	10.76 mg
313	10.76 mg
314	10.76 mg
315	10.76 mg
316	10.76 mg
317	10.76 mg
318	10.76 mg
319	10.76 mg
320	10.76 mg
321	10.76 mg
322	10.76 mg
323	10.76 mg
324	10.76 mg
325	10.76 mg
326	10.76 mg
327	10.76 mg
328	10.76 mg
329	10.76 mg
330	10.76 mg
331	10.76 mg
332	10.76 mg
333	10.76 mg
334	10.76 mg
335	10.76 mg
336	10.76 mg
337	10.76 mg
338	10.76 mg
339	10.76 mg
340	10.76 mg
341	10.76 mg
342	10.76 mg
343	10.76 mg
344	10.76 mg
345	10.76 mg
346	10.76 mg
347	10.76 mg
348	10.76 mg
349	10.76 mg
350	10.76 mg
351	10.76 mg
352	10.76 mg
353	10.76 mg
354	10.76 mg
355	10.76 mg
356	10.76 mg
357	10.76 mg
358	10.76 mg
359	10.76 mg
360	10.76 mg
361	10.76 mg
362	10.76 mg
363	10.76 mg
364	10.76 mg
365	10.76 mg
366	10.76 mg
367	10.76 mg
368	10.76 mg
369	10.76 mg
370	10.76 mg
371	10.76 mg
372	10.76 mg
373	10.76 mg
374	10.76 mg
375	10.76 mg
376	10.76 mg
377	10.76 mg
378	10.76 mg
379	10.76 mg
380	10.76 mg
381	10.76 mg
382	10.76 mg
383	10.76 mg
384	10.76 mg
385	10.76 mg
386	10.76 mg
387	10.76 mg
388	10.76 mg
389	10.76 mg
390	10.76 mg
391	10.76 mg
392	10.76 mg
393	10.76 mg
394	10.76 mg
395	10.76 mg
396	10.76 mg
397	10.76 mg
398	10.76 mg
399	10.76 mg
400	10.76 mg
401	10.76 mg
402	10.76 mg
403	10.76 mg
404	10.76 mg
405	10.76 mg
406	10.76 mg
407	10.76 mg
408	10.76 mg
409	10.76 mg
410	10.76 mg
411	10.76 mg
412	10.76 mg
413	10.76 mg
414	10.76 mg
415	10.76 mg
416	10.76 mg
417	10.76 mg
418	10.76 mg
419	10.76 mg
420	10.76 mg
421	10.76 mg
422	10.76 mg
423	10.76 mg
424	10.76 mg
425	10.76 mg
426	10.76 mg
427	10.76 mg
428	10.76 mg
429	10.76 mg
430	10.76 mg
431	10.76 mg
432	10.76 mg
433	10.76 mg
434	10.76 mg
435	10.76 mg
436	10.76 mg
437	10.76 mg
438	10.76 mg
439	10.76 mg
440	10.76 mg
441	10.76 mg
442	10.76 mg
443	10.76 mg
444	10.76 mg
445	10.76 mg
446	10.76 mg
447	10.76 mg
448	10.76 mg
449	10.76 mg
450	10.76 mg
451	10.76 mg
452	10.76 mg
453	10.76 mg
454	10.76 mg
455	10.76 mg
456	10.76 mg
457	10.76 mg
458	10.76 mg
459	10.76 mg
460	10.76 mg
461	10.76 mg
462	10.76 mg
463	10.76 mg
464	10.76 mg
465	10.76 mg
466	10.76 mg
467	10.76 mg
468	10.76 mg
469	10.76 mg
470	10.76 mg
471	10.76 mg
472	10.76 mg
473	10.76 mg
474	10.76 mg
475	10.76 mg
476	10.76 mg
477	10.76 mg
478	10.76 mg
479	10.76 mg
480	10.76 mg
481	10.76 mg
482	10.76 mg
483	10.76 mg
484	10.76 mg
485	10.76 mg
486	10.76 mg
487	10.76 mg
488	10.76 mg
489	10.76 mg
490	10.76 mg
491	10.76 mg
492	10.76 mg
493	10.76 mg
494	10.76 mg
495	10.76 mg
496	10.76 mg
497	10.76 mg
498	10.76 mg
499	10.76 mg
500	10.76 mg
501	10.76 mg
502	10.76 mg
503	10.76 mg
504	10.76 mg
505	10.76 mg
506	10.76 mg
507	10.76 mg
508	10.76 mg
509	10.76 mg
510	10.76 mg
511	10.76 mg
512	10.76 mg
513	10.76 mg
514	10.76 mg
515	10.76 mg
516	10.76 mg
517	10.76 mg
518	10.76 mg
519	10.76 mg
520	10.76 mg
521	10.76 mg
522	10.76 mg
523	10.76 mg
524	10.76 mg
525	10.76 mg
526	10.76 mg
527	10.76 mg
528	10.76 mg
529	10.76 mg
530	10.76 mg
531	10.76 mg
532	10.76 mg
533	10.76 mg
534	10.76 mg
535	10.76 mg
536	10.76 mg
537	10.76 mg
538	10.76 mg
539	10.76 mg
540	10.76 mg
541	10.76 mg
542	10.76 mg
543	10.76 mg
544	10.76 mg
545	10.76 mg
546	10.76 mg
547	10.76 mg
548	10.76 mg
549	10.76 mg
550	10.76 mg
551	10.76 mg
552	10.76 mg
553	10.76 mg
554	10.76 mg
555	10.76 mg
556	10.76 mg
557	10.76 mg
558	10.76 mg
559	10.76 mg
560	10.76 mg
561	10.76 mg
562	10.76 mg
563	10.76 mg
564	10.76 mg
565	10.76 mg
566	10.76 mg
567	10.76 mg
568	10.76 mg
569	10.76 mg
570	10.76 mg
571	10.76 mg
572	10.76 mg
573	10.76 mg
574	10.76 mg
575	10.76 mg
576	10.76 mg
577	10.76 mg
578	10.76 mg
579	10.76 mg
580	10.76 mg
581	10.76 mg
582	10.76 mg
583	10.76 mg
584	10.76 mg
585	10.76 mg
586	10.76 mg
587	10.76 mg
588	10.76 mg
589	10.76 mg
590	10.76 mg
591	10.76 mg
592	10.76 mg
593	10.76 mg
594	10.76 mg
595	10.76 mg
596	10.76 mg
597	10.76 mg
598	10.76 mg
599	10.76 mg
600	10.76 mg
601	10.76 mg
602	10.76 mg
603	10.76 mg
604	10.76 mg
605	10.76 mg
606	10.76 mg
607	10.76 mg
608	10.76 mg
609	10.76 mg
610	10.76 mg
611	10.76 mg
612	10.76 mg
613	10.76 mg
614	10.76 mg
615	10.76 mg
616	10.76 mg
617	10.76 mg
618	10.76 mg
619	10.76 mg
620	10.76 mg
621	10.76 mg
622	10.76 mg
623	10.76 mg
624	10.76 mg
625	10.76 mg
626	10.76 mg
627	10.76 mg
628	10.76 mg
629	10.76 mg
630	10.76 mg
631	10.76 mg
632	10.76 mg
633	10.76 mg
634	10.76 mg
635	10.76 mg
636	10.76 mg
637	10.76 mg

WITH US ARE NEW CONDITIONS IN THE

Amount on Loan	1000.00
Total	1000.00

NO.	AREAS	MEs
001	total / combined	31.96 me
002	000/004	
003	000/001	4.28 me
004	000/002/003	11.76 me
005	000/002/003/004	11.76 me
006	total	59.35 me
007	000/004	4.28 me
008	000/001	2.80 me
009	total (000/001 y 000/004)	65.85 me

WITH LAS VEGAS MENNON COMMUNITIES IN THE 1920S

Amount on Loan	100,000.00
TOTAL	100,000.00

TABLA DE AREAS		
NO.	DESCRIPCION	AREA
001	SALA DE CLASES	31.20 m ²
002	COMIDA	
003	BAÑO 1	4.78 m ²
004	BAÑO 2	4.78 m ²
005	BAÑO 3	4.78 m ²
006	BAÑO 4	4.78 m ²
007	BAÑO 5	4.78 m ²
008	BAÑO 6	4.78 m ²
009	BAÑO 7	4.78 m ²
010	BAÑO 8	4.78 m ²
011	BAÑO 9	4.78 m ²
012	BAÑO 10	4.78 m ²
013	BAÑO 11	4.78 m ²
014	BAÑO 12	4.78 m ²
015	BAÑO 13	4.78 m ²
016	BAÑO 14	4.78 m ²
017	BAÑO 15	4.78 m ²
018	BAÑO 16	4.78 m ²
019	BAÑO 17	4.78 m ²
020	BAÑO 18	4.78 m ²
021	BAÑO 19	4.78 m ²
022	BAÑO 20	4.78 m ²
023	BAÑO 21	4.78 m ²
024	BAÑO 22	4.78 m ²
025	BAÑO 23	4.78 m ²
026	BAÑO 24	4.78 m ²
027	BAÑO 25	4.78 m ²
028	BAÑO 26	4.78 m ²
029	BAÑO 27	4.78 m ²
030	BAÑO 28	4.78 m ²
031	BAÑO 29	4.78 m ²
032	BAÑO 30	4.78 m ²
033	BAÑO 31	4.78 m ²
034	BAÑO 32	4.78 m ²
035	BAÑO 33	4.78 m ²
036	BAÑO 34	4.78 m ²
037	BAÑO 35	4.78 m ²
038	BAÑO 36	4.78 m ²
039	BAÑO 37	4.78 m ²
040	BAÑO 38	4.78 m ²
041	BAÑO 39	4.78 m ²
042	BAÑO 40	4.78 m ²
043	BAÑO 41	4.78 m ²
044	BAÑO 42	4.78 m ²
045	BAÑO 43	4.78 m ²
046	BAÑO 44	4.78 m ²
047	BAÑO 45	4.78 m ²
048	BAÑO 46	4.78 m ²
049	BAÑO 47	4.78 m ²
050	BAÑO 48	4.78 m ²
051	BAÑO 49	4.78 m ²
052	BAÑO 50	4.78 m ²
053	BAÑO 51	4.78 m ²
054	BAÑO 52	4.78 m ²
055	BAÑO 53	4.78 m ²
056	BAÑO 54	4.78 m ²
057	BAÑO 55	4.78 m ²
058	BAÑO 56	4.78 m ²
059	BAÑO 57	4.78 m ²
060	BAÑO 58	4.78 m ²
061	BAÑO 59	4.78 m ²
062	BAÑO 60	4.78 m ²
063	BAÑO 61	4.78 m ²
064	BAÑO 62	4.78 m ²
065	BAÑO 63	4.78 m ²
066	BAÑO 64	4.78 m ²
067	BAÑO 65	4.78 m ²
068	BAÑO 66	4.78 m ²
069	BAÑO 67	4.78 m ²
070	BAÑO 68	4.78 m ²
071	BAÑO 69	4.78 m ²
072	BAÑO 70	4.78 m ²
073	BAÑO 71	4.78 m ²
074	BAÑO 72	4.78 m ²
075	BAÑO 73	4.78 m ²
076	BAÑO 74	4.78 m ²
077	BAÑO 75	4.78 m ²
078	BAÑO 76	4.78 m ²
079	BAÑO 77	4.78 m ²
080	BAÑO 78	4.78 m ²
081	BAÑO 79	4.78 m ²
082	BAÑO 80	4.78 m ²
083	BAÑO 81	4.78 m ²
084	BAÑO 82	4.78 m ²
085	BAÑO 83	4.78 m ²
086	BAÑO 84	4.78 m ²
087	BAÑO 85	4.78 m ²
088	BAÑO 86	4.78 m ²
089	BAÑO 87	4.78 m ²
090	BAÑO 88	4.78 m ²
091	BAÑO 89	4.78 m ²
092	BAÑO 90	4.78 m ²
093	BAÑO 91	4.78 m ²
094	BAÑO 92	4.78 m ²
095	BAÑO 93	4.78 m ²
096	BAÑO 94	4.78 m ²
097	BAÑO 95	4.78 m ²
098	BAÑO 96	4.78 m ²
099	BAÑO 97	4.78 m ²
100	BAÑO 98	4.78 m ²
101	BAÑO 99	4.78 m ²
102	BAÑO 100	4.78 m ²
103	BAÑO 101	4.78 m ²
104	BAÑO 102	4.78 m ²
105	BAÑO 103	4.78 m ²
106	BAÑO 104	4.78 m ²
107	BAÑO 105	4.78 m ²
108	BAÑO 106	4.78 m ²
109	BAÑO 107	4.78 m ²
110	BAÑO 108	4.78 m ²
111	BAÑO 109	4.78 m ²
112	BAÑO 110	4.78 m ²
113	BAÑO 111	4.78 m ²
114	BAÑO 112	4.78 m ²
115	BAÑO 113	4.78 m ²
116	BAÑO 114	4.78 m ²
117	BAÑO 115	4.78 m ²
118	BAÑO 116	4.78 m ²
119	BAÑO 117	4.78 m ²
120	BAÑO 118	4.78 m ²
121	BAÑO 119	4.78 m ²
122	BAÑO 120	4.78 m ²
123	BAÑO 121	4.78 m ²
124	BAÑO 122	4.78 m ²
125	BAÑO 123	4.78 m ²
126	BAÑO 124	4.78 m ²
127	BAÑO 125	4.78 m ²
128	BAÑO 126	4.78 m ²
129	BAÑO 127	4.78 m ²
130	BAÑO 128	4.78 m ²
131	BAÑO 129	4.78 m ²
132	BAÑO 130	4.78 m ²
133	BAÑO 131	4.78 m ²
134	BAÑO 132	4.78 m ²
135	BAÑO 133	4.78 m ²
136	BAÑO 134	4.78 m ²
137	BAÑO 135	4.78 m ²
138	BAÑO 136	4.78 m ²
139	BAÑO 137	4.78 m ²
140	BAÑO 138	4.78 m ²
141	BAÑO 139	4.78 m ²
142	BAÑO 140	4.78 m ²
143	BAÑO 141	4.78 m ²
144	BAÑO 142	4.78 m ²
145	BAÑO 143	4.78 m ²
146	BAÑO 144	4.78 m ²
147	BAÑO 145	4.78 m ²
148	BAÑO 146	4.78 m ²
149	BAÑO 147	4.78 m ²
150	BAÑO 148	4.78 m ²
151	BAÑO 149	4.78 m ²
152	BAÑO 150	4.78 m ²
153	BAÑO 151	4.78 m ²
154	BAÑO 152	4.78 m ²
155	BAÑO 153	4.78 m ²
156	BAÑO 154	4.78 m ²
157	BAÑO 155	4.78 m ²
158	BAÑO 156	4.78 m ²
159	BAÑO 157	4.78 m ²
160	BAÑO 158	4.78 m ²
161	BAÑO 159	4.78 m ²
162	BAÑO 160	4.78 m ²
163	BAÑO 161	4.78 m ²
164	BAÑO 162	4.78 m ²
165	BAÑO 163	4.78 m ²
166	BAÑO 164	4.78 m ²
167	BAÑO 165	4.78 m ²
168	BAÑO 166	4.78 m ²
169	BAÑO 167	4.78 m ²
170	BAÑO 168	4.78 m ²
171	BAÑO 169	4.78 m ²
172	BAÑO 170	4.78 m ²
173	BAÑO 171	4.78 m ²
174	BAÑO 172	4.78 m ²
175	BAÑO 173	4.78 m ²
176	BAÑO 174	4.78 m ²
177	BAÑO 175	4.78 m ²
178	BAÑO 176	4.78 m ²
179	BAÑO 177	4.78 m ²
180	BAÑO 178	4.78 m ²
181	BAÑO 179	4.78 m ²
182	BAÑO 180	4.78 m ²
183	BAÑO 181	4.78 m ²
184	BAÑO 182	4.78 m ²
185	BAÑO 183	4.78 m ²
186	BAÑO 184	4.78 m ²
187	BAÑO 185	4.78 m ²
188	BAÑO 186	4.78 m ²
189	BAÑO 187	4.78 m ²
190	BAÑO 188	4.78 m ²
191	BAÑO 189	4.78 m ²
192	BAÑO 190	4.78 m ²
193	BAÑO 191	4.78 m ²
194	BAÑO 192	4.78 m ²
195	BAÑO 193	4.78 m ²
196	BAÑO 194	4.78 m ²
197	BAÑO 195	4.78 m ²
198	BAÑO 196	4.78 m ²
199	BAÑO 197	4.78 m ²
200	BAÑO 198	4.78 m ²
201	BAÑO 199	4.78 m ²
202	BAÑO 200	4.78 m ²
203	BAÑO 201	4.78 m ²
204	BAÑO 202	4.78 m ²
205	BAÑO 203	4.78 m ²
206	BAÑO 204	4.78 m ²
207	BAÑO 205	4.78 m ²
208	BAÑO 206	4.78 m ²
209	BAÑO 207	4.78 m ²
210	BAÑO 208	4.78 m ²
211	BAÑO 209	4.78 m ²
212	BAÑO 210	4.78 m ²
213	BAÑO 211	4.78 m ²
214	BAÑO 212	4.78 m ²
215	BAÑO 213	4.78 m ²
216	BAÑO 214	4.78 m ²
217	BAÑO 215	4.78 m ²
218	BAÑO 216	4.78 m ²
219	BAÑO 217	4.78 m ²
220	BAÑO 218	4.78 m ²
221	BAÑO 219	4.78 m ²
222	BAÑO 220	4.78 m ²
223	BAÑO 221	4.78 m ²
224	BAÑO 222	4.78 m ²
225	BAÑO 223	4.78 m ²
226	BAÑO 224	4.78 m ²
227	BAÑO 225	4.78 m ²
228	BAÑO 226	4.78 m ²
229	BAÑO 227	4.78 m ²
230	BAÑO 228	4.78 m ²
231	BAÑO 229	4.78 m ²
232	BAÑO 230	4.78 m ²
233	BAÑO 231	4.78 m ²
234	BAÑO 232	4.78 m ²
235	BAÑO 233	4.78 m ²
236	BAÑO 234	4.78 m ²
237	BAÑO 235	4.78 m ²
238	BAÑO 236	4.78 m ²
239	BAÑO 237	4.78 m ²
240	BAÑO 238	4.78 m ²
241	BAÑO 239	4.78 m ²
242	BAÑO 240	4.78 m ²
243	BAÑO 241	4.78 m ²
244	BAÑO 242	4.78 m ²
245	BAÑO 243	4.78 m ²
246	BAÑO 244	4.78 m ²
247	BAÑO 245	4.78 m ²
248	BAÑO 246	4.78 m ²
249	BAÑO 247	4.78 m ²
250	BAÑO 248	4.78 m ²
251	BAÑO 249	4.78 m ²
252	BAÑO 250	4.78 m ²
253	BAÑO 251	4.78 m ²
254	BAÑO 252	4.78 m ²
255	BAÑO 253	4.78 m ²
256	BAÑO 254	4.78 m ²
257	BAÑO 255	4.78 m ²
258	BAÑO 256	4.78 m ²
259	BAÑO 257	4.78 m ²
260	BAÑO 258	4.78 m ²
261	BAÑO 259	4.78 m ²
262	BAÑO 260	4.78 m ²
263	BAÑO 261	4.78 m ²
264	BAÑO 262	4.78 m ²
265	BAÑO 263	4.78 m ²
266	BAÑO 264	4.78 m ²
267	BAÑO 265	4.78 m ²
268	BAÑO 266	4.78 m ²
269	BAÑO 267	4.78 m ²
270	BAÑO 268	4.78 m ²
271	BAÑO 269	4.78 m ²
272	BAÑO 270	4.78 m ²
273	BAÑO 271	4.78 m ²
274	BAÑO 272	4.78 m ²
275	BAÑO 273	4.78 m ²
276	BAÑO 274	4.78 m ²
277	BAÑO 275	4.78 m ²
278	BAÑO 276	4.78 m ²
279	BAÑO 277	4.78 m ²
280	BAÑO 278	4.78 m ²
281	BAÑO 279	4.78 m ²
282	BAÑO 280	4.78 m ²
283	BAÑO 281	4.78 m ²
284	BAÑO 282	4.78 m ²
285	BAÑO 283	4.78 m ²
286	BAÑO 284	4.78 m ²
287	BAÑO 285	4.78 m ²
288	BAÑO 286	4.78 m ²
289	BAÑO 287	4.78 m ²
290	BAÑO 288	4.78 m ²
291	BAÑO 289	4.78 m ²
292	BAÑO 290	4.78 m ²
293	BAÑO 291	4.78 m ²
294	BAÑO 292	4.78 m ²
295	BAÑO 293	4.78 m ²
296	BAÑO 294	4.78 m ²
297	BAÑO 295	4.78 m ²
298	BAÑO 296	4.78 m ²
299	BAÑO 297	4.78 m ²
300	BAÑO 298	4.78 m ²
301	BAÑO 299	4.78 m ²
302	BAÑO 300	4.78 m ²
303	BAÑO 301	4.78 m ²
304	BAÑO 302	4.78 m ²
305	BAÑO 303	4.78 m ²
306	BAÑO 304	4.78 m ²
307	BAÑO 305	4.78 m ²
308	BAÑO 306	4.78 m ²
309	BAÑO 307	4.78 m ²
310	BAÑO 308	4.78 m ²
311	BAÑO 309	4.78 m ²
312	BAÑO 310	4.78 m ²
313	BAÑO 311	4.78 m ²
314	BAÑO 312	4.78 m ²
315	BAÑO 313	4.78 m ²
316	BAÑO 314	4.78 m ²
317	BAÑO 315	4.78 m ²
318	BAÑO 316	4.78 m ²
319	BAÑO 317	4.78 m ²
320	BAÑO 318	

NOTE: US AIRCRAFT FLIGHT CONDITIONS IN 1974

APPROX. GROSS WEIGHT	100.00 LB
TOTAL	100.00 LB

NO.	ASIENTE	AREA
01	000 km. / VALDZ	31.36 m2
02		
04	3400 +	8.18 m2
05	38.340 km. 15.000	11.16 m2
	TOTAL	47.33 m2

WITH LAS VEGAS MENNON CONFERENCE AT 12 A 12

4999 - IN LTR	125.11
TOTAL	125.11

TABLA DE AREAS		
Nº	ASIENTE	AREA
01	AREA DE CONDOMINIO	45.00 m ²
02	AREA DE LAVABO Y FUM	
03	AREA 1	4.78 m ²
04	AREA DE CONDOMINIO	11.06 m ²
05	AREA DE FUM	35.00 m ²
	TOTAL	95.85 m ²

WITH LAS ALZAS MIENTA CONTINUOS DE DE A DE

4000 - 10000	10000 - 20000
TOTAL	10000 - 20000

MANTENIMIENTO

LAVANDERIA



CONDOMINIO APART 200
PROYECTO HALL 2000
DE APARTAMENTOS

Call today
800-441-4444

© 2000 by John Wiley & Sons, Inc.

NOTE
The following information is for informational purposes only and is not intended to be used for clinical decision-making.

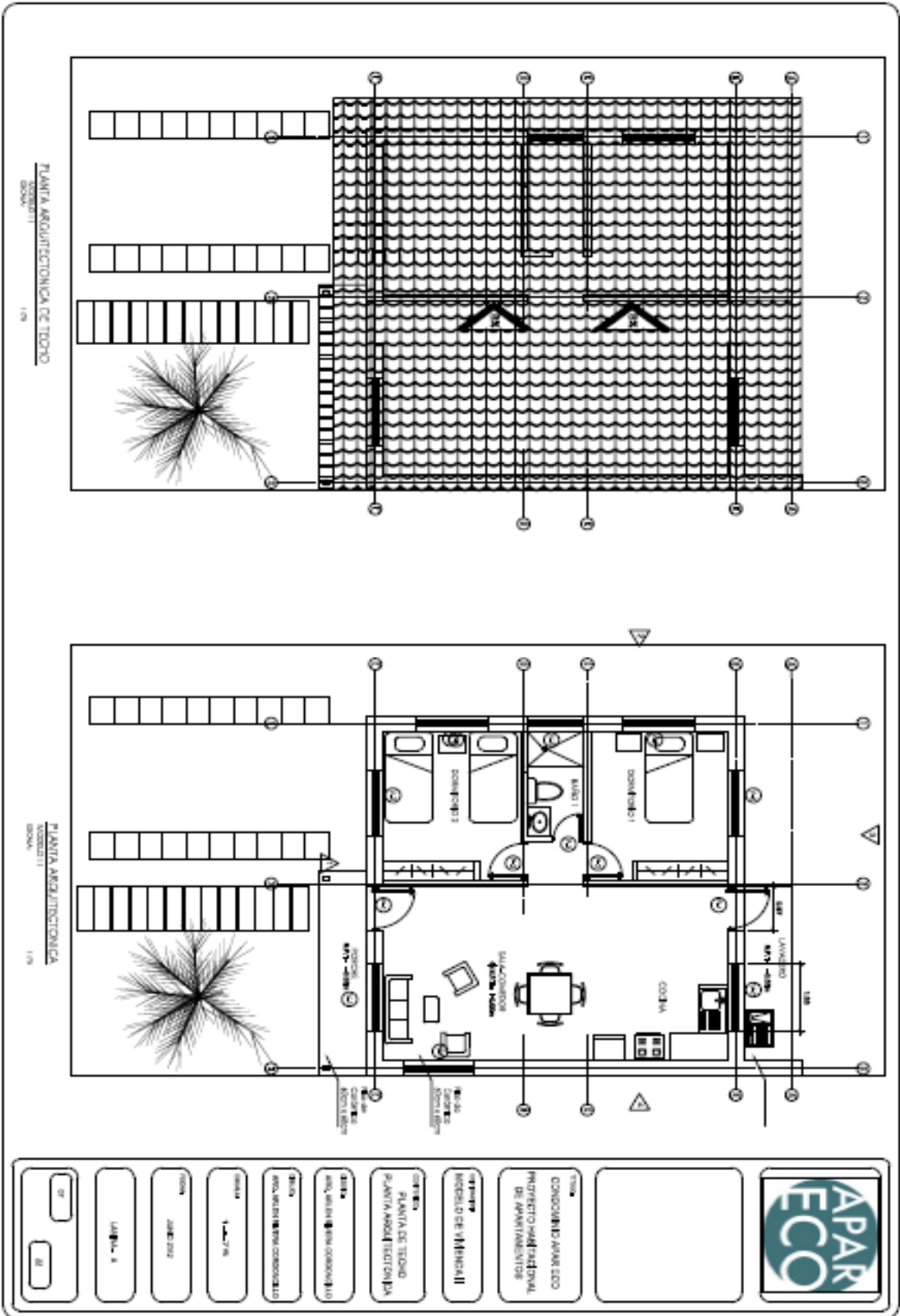
AND WILL BE IN THE MARKET

4.27.08

1007

11

82



PLANTA ARQUITECTONICA
AUTOR: J. GARCIA
DISEÑO: J. GARCIA
1/25

180